

**ANALISIS STRUKTUR PASAR DAN DAYA SAING BERAS ORGANIK  
PROVINSI LAMPUNG**

(Tesis)

Oleh

**AAN ANDIKA  
NPM 2024021001**



**PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2023**

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF MARKET STRUCTURE AND COMPETITIVENESS OF ORGANIC RICE IN LAMPUNG PROVINCE**

**By**

**AAN ANDIKA**

This study aims to determine the comparative advantage and competitive advantage of organic rice in Lampung Province. The research location is in Punggur District, Central Lampung Regency, Pardasuka District and Pringsewu District, Pringsewu District. This research was conducted using survey methods and interviews with farmers using a prepared questionnaire. Respondents in this study were 35 farmers selected deliberately by purposive sampling according to research objectives. The types of data used are primary data and secondary data. To answer the purpose of the analysis, the Policy Analysis Matrix (PAM) is used. The results showed that the organic rice business in Lampung Province had a comparative advantage and a competitive advantage with a PCR (Private Cost Ratio) value of 0.2361 and a DRC (Domestic Resource Cost) value of 0.2241 so it was feasible to run and profitable to do. PCR and DRC values show that organic rice in Lampung Province has competitive and comparative advantages. The ET value is 0.5526 which means that if there is a price change at the consumer level by one percent, it will be followed by a rate of change in prices at the farm level of 0.5526 percent. An ET value of less than one indicates that the rate of change in prices at the final consumer level is smaller than the rate of change in prices at the farm level so that the market is not perfectly competitive and not yet efficient. With a value  $< 1$  means that the market structure leads to an oligopsony market. At the concentration of the 4 leading wholesalers, the concentration ratio and market share results were 0.9 and 89.06%, which means that the value of the ratio concentration criteria was  $> 70\%$ , so the organic rice market concentration in Lampung Province can be said to be high concentration oligopsony.

Keywords: comparative advantage, competitive, organic rice

## ABSTRAK

### ANALISIS STRUKTUR PASAR DAN DAYA SAING BERAS ORGANIK PROVINSI LAMPUNG

Oleh

AAN ANDIKA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif beras organik di Provinsi Lampung. Lokasi penelitian adalah di Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah, Kecamatan Pardasuka dan Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei dan wawancara kepada petani dengan menggunakan kuisisioner yang telah disiapkan. Responden dalam penelitian ini sebanyak 35 petani dipilih secara sengaja dengan *Purposive Sampling* menyesuaikan tujuan penelitian. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Untuk menjawab tujuan analisis digunakan *Policy Analysis Matrix* (PAM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha beras organik di Provinsi Lampung memiliki keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif dengan nilai PCR (*Private Cost Ratio*) sebesar 0,2361 dan nilai DRC (*Domestic Resource Cost*) sebesar 0,2241 sehingga layak untuk dijalankan dan menguntungkan untuk dilakukan. Nilai PCR dan DRC menunjukkan bahwa beras organik Provinsi Lampung memiliki keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif. Nilai ET sebesar 0,5526 yang mempunyai arti bahwa jika ada perubahan harga di tingkat konsumen sebesar satu persen maka akan diikuti laju perubahan harga di tingkat petani sebesar 0,5526 persen. Nilai ET kurang dari satu menunjukkan bahwa laju perubahan harga di tingkat konsumen akhir lebih kecil dibanding laju perubahan harga di tingkat petani sehingga pasar tidak bersaing sempurna dan belum efisien. Dengan nilai  $< 1$  artinya struktur pasar mengarah pada pasar Oligopsoni. Pada konsentrasi 4 pedagang besar terkemuka, hasil konsentrasi rasio dan market sharenya adalah sebesar 0.9 dan 89.06 %, yang artinya nilai kriteria konsentrasi rasio adalah  $> 70$  %, sehingga konsentrasi pasar beras organik Provinsi Lampung dapat dikatakan oligopsoni konsentrasi tinggi.

Kata Kunci : keunggulan komparatif, kompetitif, beras organik

**ANALISIS STRUKTUR PASAR DAN DAYA SAING BERAS ORGANIK  
PROVINSI LAMPUNG**

**Oleh**

**AAN ANDIKA**

**Tesis**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar  
MAGISTER PERTANIAN**

**Pada**

**Program Pascasarjana Magister Agribisnis  
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2023**

**Judul : ANALISIS STRUKTUR PASAR DAN DAYA SAING BERAS ORGANIK PROVINSI LAMPUNG**

**Nama Mahasiswa : Aan Andika**

**Nomor Pokok Mahasiswa : 2024021001**

**Program Studi : Magister Agribisnis**

**Fakultas : Pertanian**



**Dr. Ir. Muhammad Irfan Affandi, M.Si.**  
NIP. 19640724 198902 1 002

**Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana L, M.Si.**  
NIP. 19620918 198803 2 001

**2. Ketua Program Pascasarjana Magister Agribisnis**

**Dr. Ir. Dwi Haryono, M.S.**  
NIP. 19611225 198703 1 005

**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

Ketua

: Dr. Ir. Muhammad Irfan Affandi, M.Si.

Sekretaris

: Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si.

Penguji

Bukan Pembimbing : Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M.Sc.

: Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P.

2. Dekan Fakultas Pertanian

**Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.**

NIP. 19611020 198603 1 002



3. Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung

**Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.**

NIP. 19640326 198902 1 001



Tanggal Lulus Ujian Tesis : 01 Agustus 2023

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Tesis dengan judul: “**ANALISIS STRUKTUR PASAR DAN DAYA SAING BERAS ORGANIK PROVINSI LAMPUNG**” adalah karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya penulis lain dengan cara yang tidak sesuai etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut plagiarisme.
2. Pembimbing penulis tesis berhak mempublikasikan sebagian atau seluruh tesis ini pada jurnal ilmiah dengan mencantumkan nama saya sebagai salah satu penulisnya.
3. Hak intelektual atas karya ilmiah ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung.

Atas pernyataan ini, apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya ketidakbenaran, saya bersedia menanggung akibat dan sanksi yang diberikan kepada saya, saya bersedia dan sanggup dituntut sesuai dengan hukum yang berlaku.

Bandar Lampung, 01 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



AAN ANDIKA  
NPM 2024021001

## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Adipuro pada tanggal 20 Mei 1997 sebagai anak kedua dari tiga bersaudara, pasangan Bapak Mujahid dan Ibu Supriyati. Penulis telah menyelesaikan studi tingkat Sarjana di Jurusan Agribisnis Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian (STIPER) Dharma Wacana Metro pada Tahun 2019.

Penulis melanjutkan jenjang Pendidikan Magister Agribisnis di Program Pascasarjana Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2020 melalui jalur reguler dan menyelesaikannya pada tahun 2023. Penulis aktif dan berkarya sebagai Market Development Officer di Perusahaan Corteva Agriscience Indonesia. Penulis juga sedang bekerja sebagai anggota Panitia Pemilihan Kecamatan Trimurjo divisi Hukum dan Pengawasan.



## SANWACANA

*Bismillahirrahmanirrahiim. . .*

*Allahuma shalli 'ala Muhammad wa'ala aali Muhammad.*

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji bagi Allah atas segala rezeki, rahmat, hidayah, dan izinnya sehingga tesis ini dapat diselesaikan. Shalawat teriring salam semoga selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad S.A.W beserta keluarganya, para sahabat dan pengikutnya yang dengan bersamanya kita dapat selalu berada dalam kemuliaan dan keagungan Islam. Tesis dengan judul **"ANALISIS STRUKTUR PASAR DAN DAYA SAING BERAS ORGANIK PROVINSI LAMPUNG"** adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar magister pertanian di Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian tesis ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan, bantuan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., IPM., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
3. Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si., selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung.
4. Dr. Ir. Dwi Haryono, M.S., selaku Ketua Program Pascasarjana Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu, bimbingan, motivasi, saran, keyakinan, arahan, nasihat, semangat, dan waktunya kepada penulis selama proses penyelesaian tesis ini.
5. Dr. Ir. Muhammad Irfan Affandi, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan ilmu, bimbingan, motivasi, saran, keyakinan, arahan,

nasihat, semangat, dan waktunya kepada penulis selama proses penyelesaian tesis ini.

6. Almarhum Dr. Ir. R. Hanung Ismono, M.P., selaku Dosen Pembimbing Kedua, yang kemudian digantikan oleh Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si. yang telah memberikan ilmu, bimbingan, motivasi, saran, keyakinan, arahan, nasihat, semangat, dan waktunya kepada penulis selama proses penyelesaian tesis ini.
7. Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M.Sc., selaku Dosen Pembahas Pertama atas ilmu, masukan, saran, arahan, dan waktunya yang telah diberikan dalam proses penyempurnaan tesis ini.
8. Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P., selaku Dosen Pembahas Kedua atas ilmu, masukan, saran, arahan, dan waktunya yang telah diberikan dalam proses penyempurnaan tesis ini.
9. Dr. Ir. Agus Hudoyo, M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan ilmu, motivasi, nasihat, dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh pendidikan magister.
10. Seluruh Dosen Magister Agribisnis Fakultas Pertanian atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menempuh pendidikan magister.
11. Kedua orang tua tersayang, Ayahanda Mujahid dan Ibunda Supriyati yang telah menjadi cahaya, memberikan doa yang tidak pernah henti, semangat, kasih sayang, perhatian, dukungan, motivasi, saran, kesabaran, dan arahan, telah membimbing, mendidik, menyayangi, mendukung penulis dalam segala hal dan menjadikan penulis dapat mencapai target yang diinginkan, serta selalu berada di samping penulis selama ini.
12. Isteri tercinta, Hawla Robiah yang selalu menemani perjuangan, memberikan doa, dan selalu setia dalam suka dan duka. Beserta puteri tercinta Aisyah Kaizen Al-Lillah yang selalu memberikan semangat untuk terus berjuang tanpa henti.
13. Keluarga besar yang telah memberikan semangat, motivasi, doa, dukungan, dan perhatian selama ini kepada penulis.

14. Sahabat, rekan-rekan Magister Agribisnis 2020, atas segala hal yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan sampai dengan tahap penyelesaian tesis ini.
15. Kelompok pembudidaya beras organik di Kabupaten Lampung Tengah dan Kabupaten Pringsewu, beserta semua pemangku kebijakan yang terlibat.
16. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan sampai dengan tahap penyelesaian tesis ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah S.W.T membalas kebaikan Bapak, Ibu, dan semua pihak yang sudah penulis sebutkan dan tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak serta almamater tercinta.

Bandar Lampung, Maret 2023

Aan Andika

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Agribisnis Beras Organik .....	11
B. Konsep Pemasaran.....	15
1. Struktur Pasar .....	16
2. Perilaku Pasar .....	19
3. Keragaan Pasar .....	24
4. Konsentrasi Pasar .....	25
5. Pangsa Pasar .....	26
6. Hambatan untuk masuk .....	27
C. Analisis Daya Saing.....	28
D. Sistem Pertanian Berkelanjutan.....	29
E. Pertanian Organik.....	31
F. Beras Organik.....	34
G. Analisis Keunggulan Komparatif dan Kompetitif.....	35
H. Elastisitas Transmisi Harga .....	43
I. Penelitian Terdahulu.....	45
J. Kerangka Pemikiran .....	55
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
A. Metode Dasar.....	57
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional.....	57
C. Lokasi, Waktu dan Responden Penelitian .....	60
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data .....	61

E.	Metode Analisis Data .....	62
<b>IV.</b>	<b>GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>74</b>
A.	Keadaan Umum Kabupaten Lampung Tengah .....	75
B.	Keadaan Umum Kabupaten Pringsewu.....	82
<b>V.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>96</b>
A.	Karakteristik Petani Responden .....	96
1.	Profil Responden .....	96
2.	Umur dan Pendidikan Responden .....	96
B.	Kondisi Pengusahaan Beras Organik .....	98
1.	Proses Produksi Beras Organik .....	98
a)	Penyemaian Benih Beras Organik.....	100
b)	Penanaman Bibit.....	102
c)	Pemupukan .....	104
d)	Pengendalian Organisme Pengganggu .....	106
e)	Panen .....	109
f)	Pengolahan Pasca Panen .....	110
g)	Pemasaran Beras Organik .....	118
h)	Kelembagaan Petani .....	119
C.	Analisis Struktur Pasar Beras Organik Provinsi Lampung ...	121
1.	Saluran Pemasaran Beras Organik .....	121
D.	Analisis perilaku pasar beras organik provinsi lampung .....	125
1.	Koefisien Korelasi Harga Beras Organik.....	125
2.	Elastisitas Transmisi Harga .....	126
3.	Analisis Konsentrasi Pasar .....	132
E.	Analisis Keragaan Pasar Beras Organik Provinsi Lampung.	134
1.	Analisis Margin Pemasaran.....	134
2.	Farmer's Share Beras Organik Provinsi Lampung.....	143
F.	Analisis Daya Saing Beras Organik Provinsi Lampung .....	144
1.	Keunggulan Kompetitif dan Keunggulan Komparatif ....	144
2.	Dampak Kebijakan Pemerintah Terhadap Input Dan Output Beras Organik Provinsi Lampung.....	150
a)	Dampak Kebijakan Pemerintah Terhadap Input .....	151
b)	Dampak Kebijakan Pemerintah Terhadap Output ....	152
c)	Dampak Kebijakan Pemerintah Terhadap Input Dan Output Beras Organik.....	154
<b>VI.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>155</b>
A.	Kesimpulan.....	155
B.	Saran.....	155

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>158</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>165</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Lahan Pertanian Organik di Kawasan Asia Tahun 2019 .....	5
2. Luas Lahan Beras Organik Provinsi Lampung Tahun 2021 .....	6
3. Karakteristik Struktur Pasar .....	17
4. Tabel PAM.....	36
5. Penelitian Terdahulu .....	45
6. Harga Sosial Output.....	71
7. Harga Sosial Sarana dan Prasarana (Input).....	71
8. Data Penduduk Berdasarkan Umur.....	80
9. Tingkat Pendidikan Penduduk .....	80
10. Mata Pencaharian Penduduk.....	81
11. Jarak Kelurahan Fajaresuk .....	86
12. Jumlah Penduduk Fajaresuk .....	87
13. Jumlah Penduduk Menurut Usia .....	87
14. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan.....	88
15. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian.....	89
16. Angkatan Kerja Masyarakat Pujodadi .....	93
17. Identitas Responden Berdasarkan Umur Dan Pendidikan .....	97
18. Saluran Pemasaran Beras Organik.....	124
19. Harga Rata-Rata Beras Organik.....	125
20. Analisis Koefisien Korelasi Harga.....	126
21. Perhitungan Pangsa Pasar Dan Konsentrasi Rasio .....	132
22. Marjin Pemasaran Beras Organik Provinsi Lampung.....	137
23. Keuntungan Dan Marjin Pemasaran Saluran 1 .....	138

24. Keuntungan Dan Marjin Pemasaran Saluran 2 .....	140
25. Keuntungan Dan Marjin Pemasaran Saluran 3 .....	142
26. Nilai perhitungan DRC dan PCR .....	144
27. Dampak Kebijakan Pemerintah Terhadap Input Output.....	150
28. Responden Beras Organik.....	175
29. Luas Lahan Beras Organik.....	177
30. Penyusutan Peralatan .....	179
31. Sarana Produksi Beras Organik .....	180
32. Total Biaya Beras Organik.....	181
33. Penerimaan Beras Organik.....	182
34. Penerimaan Privat dan Penerimaan Sosial.....	183
35. PAM Usaha Beras Organik Provinsi Lampung .....	184
36. Daya Saing Beras Organik Provinsi Lampung .....	185
37. Indeks Harga Produsen .....	186
38. Indeks Harga Konsumen.....	187
39. Harga Riil Beras Organik Provinsi Lampung.....	188
40. Konsentrasi Rasio, Pangsa Pasar dan IHH.....	189
41. Harga Jual Beras Organik Lampung Tengah di Petani.....	190
42. Harga Jual Beras Organik Lampung Tengah di Konsumen .....	190
43. Harga Beras Organik Pringsewu di Petani.....	191
44. Harga Beras Organik Pringsewu di Konsumen .....	191
45. Harga Jual Rata-rata Beras Organik Lampung Tengah di Petani ....	192
46. Harga Jual Rat-rata Beras Organik Pringsewu di Petani .....	192
47. Marjin Pemasaran Beras Organik Provinsi Lampung.....	193
48. Saluran Pemasaran Beras Organik Provinsi Lampung .....	194



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Lahan Pertanian Organik di Kawasan Asia Tahun 2019 .....	4
2. Kerangka Pemikiran.....	56
3. Flow Chart Sampel .....	61
4. Saluran pemasaran beras organik lampung.....	123
5. Kegiatan Penyemaian Benih Padi Organik.....	195
6. Bibit Padi Organik Siap Cabut.....	195
7. Pencabutan Bibit .....	195
8. Penanaman Bibit .....	195
9. Pengamatan Padi Organik.....	195
10. Pembuatan Mikro Organisme Lokal (MOL) .....	195
11. Fermentasi Mikro Organisme Lokal (MOL) .....	196
12. Bahan Pestisida Nabati .....	196
13. Pestisida Nabati Siap Pakai.....	196
14. Pemanenan Manual .....	196
15. Pemanenan Dengan Mesin Harvester .....	196
16. Proses Penjemuran Padi Organik.....	196
17. Beras Sehat Hasil Penggilingan .....	197
18. Proses Penyortiran Beras Organik .....	197
19. Beras Organik Kemasan.....	197
20. Beras Kemasan Siap Dipasarkan .....	197
21. Dokumentasi Penelitian .....	198



## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Beras merupakan salah satu bahan pangan utama bagi masyarakat Indonesia. Budidaya padi untuk menghasilkan beras memerlukan proses panjang untuk memperoleh beras berkualitas baik sebagai bahan pangan pokok. Ketergantungan masyarakat akan konsumsi beras sangat tinggi. Bahkan, beras menjadi makanan pokok yang belum tergantikan bagi masyarakat. Karena itu beras menjadi komoditas yang sangat strategis bagi negara Indonesia (Junaedi, Daryanto, Sinaga, dan Hartoyo, 2016).

Memasuki era baru ini, gaya hidup masyarakat perlahan mulai beralih menuju pangan alami. Masyarakat mulai menyadari bahaya jangka panjang yang diakibatkan oleh pangan yang mengandung residu kimia sintetis. Bahan kimia yang digunakan seperti pupuk kimia, pestisida, dan hormon pengatur tumbuh yang tidak dapat dipisahkan dari petani. Dalam jangka panjang konsumsi bahan pangan ini dapat menimbulkan berbagai macam penyakit dan penurunan kesehatan. Masyarakat saat ini perlahan mulai selektif dalam memilih pangan yang dikonsumsi, supaya aman bagi kesehatan dan ramah lingkungan (Siahaan, 2009).

Bahan pangan yang aman adalah yang berasal dari sistem budidaya pertanian organik. Pertanian organik menggunakan berbagai input produksi yang alami, berasal dari tumbuhan dan makhluk hidup. Pertanian organik menjaga ekosistem berkelanjutan dengan tidak merusak lingkungan. Dengan sistem budidaya organik lingkungan akan terjaga, kesuburan tanah meningkat, sifat fisika, kimia dan biologi tanah akan semakin kaya. Memberikan nutrisi yang seimbang bagi

tanaman dan makhluk yang hidup disekitarnya. Bahan pangan yang aman tersebut adalah beras organik (Eviyati, 2016).

Beras organik adalah beras yang dihasilkan melalui proses produksi secara organik berdasarkan standar tertentu dan telah disertifikasi oleh suatu badan independen. Definisi “organik” secara umum yaitu tidak menggunakan bahan kimia sintetis berupa pestisida kimia maupun pupuk kimia, merawat kesuburan tanah secara alami, menanam tanaman penutup tanah atau *cover crop* maupun penggunaan limbah tanaman, menggunakan sistem tanam rotasi, mengendalikan hama dengan predatornya dan menutup rumput liat dengan jerami/mulsa. Beras organik dihasilkan melalui budidaya yang alami tanpa ada campur tangan dengan bahan kimia dalam perawatannya (Safitri, Chalil, & Emalisa, 2014). Beras organik memiliki nilai jual tinggi, yang diproduksi oleh petani (Anggraini, Wibowo, & Rondhi, 2018).

Pada penerapannya banyak permasalahan daya saing beras organik yang menghambat. Salah satunya adalah terjadi gap yang cukup tinggi antara petani sebagai produsen dan konsumen. Petani menerima harga beras organik berkisar 15.000 rupiah per kilogram, sedangkan di tingkat konsumen menerima harga beras organik sekitar 30.000 rupiah per kilogram. Untuk harga gabah kering padi organik petani menerima kurang dari 5.000 rupiah per kilogram, sedangkan di tingkat rantai pemasaran lebih dari 7.000 rupiah per kilogram. Terdapat margin yang sangat tinggi yang dikuasai oleh rantai pemasaran. Jika margin tersebut dapat dikurangi, akan menjadi nilai tambah yang cukup menguntungkan bagi petani, baik dari sisi rantai pemasaran maupun sistem pemasarannya (Anastasius, 2019).

Terbatasnya produksi beras organik oleh para petani di Lampung, menyebabkan pemasaran hanya terbatas di kota-kota besar dan daerah-daerah sekitarnya. Produksi hanya mampu untuk memenuhi permintaan beras organik di Lampung. Sehingga belum mampu untuk melakukan ekspor ke negara lain. Lampung juga belum melakukan impor beras organik untuk memenuhi permintaan. Tidak

adanya ekspor impor menjadi perhatian yang cukup penting mengingat Lampung sangat potensial untuk pengembangan beras organik (Dinas Ketahanan Pangan, 2021).

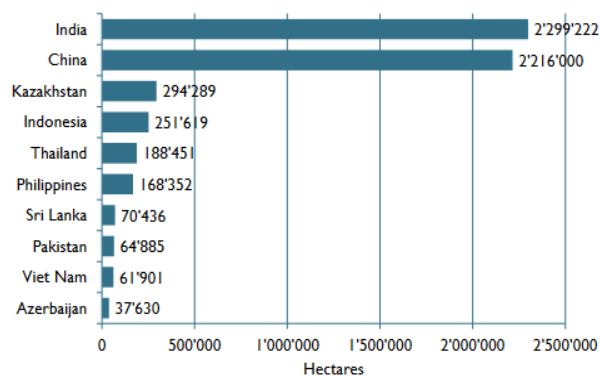
Struktur pasar merupakan salah satu aspek yang berpengaruh pada pemasaran beras organik. Struktur pasar berkaitan dengan lingkungan dimana pasar tersebut beroperasi. Struktur pasar akan berpengaruh pada tingkat efisiensi dan harga jual yang akan diterima oleh pembeli. Semakin sedikit jumlah pelaku usaha dalam pasar, akan semakin tidak sempurna struktur pasar tersebut. Pengusaha beras organik di Lampung masih sangat terbatas, sehingga diprediksi struktur pasarnya tidak bersaing sempurna.

Salah satu produsen beras organik di Lampung adalah Kabupaten Lampung Tengah dan Kabupaten Pringsewu. Kabupaten ini merupakan wilayah potensial yang sudah melakukan pembudidayaan beras organik dan sudah memiliki sertifikasi. Dua kabupaten tersebut memiliki luasan sebesar 45 % dari total 56 hektar luas lahan beras organik di Lampung. Walaupun demikian jumlah petani pembudidaya masih sangat terbatas. Minat serta ketertarikan petani masih sangat minim dikarenakan petani khawatir akan penurunan produksi dan banyaknya serangan hama penyakit. Di sisi lain biaya yang dikeluarkan untuk melakukan budidaya beras organik cukup tinggi, disertai perawatan yang cukup rumit karena tidak menggunakan bahan kimia sintetis (Dinas Ketahanan Pangan, 2021).

Usahatani beras organik belum efisien dalam segi teknis dan ekonomis. Hal ini dikarenakan petani masih belum optimal dalam menggunakan input dengan harga input (biaya sertifikasi) yang tinggi sehingga belum disesuaikan dengan harga output yang ditawarkan (Jakayah & Nurhidayah, 2019). Yasin (2014) dalam penelitiannya yang mengkaji mengenai efisiensi keuntungan pertanian organik di Pakistan yang menggunakan analisis *Cobb-Douglas Stochastic frontier* menyimpulkan bahwa sifat usahatani organik adalah padat karya sehingga membutuhkan biaya tenaga kerja yang tinggi yang akan berdampak pada

penurunan efisiensi keuntungan (Yasin, 2014). Karena itu diperlukan adanya penelitian khusus untuk dapat melihat daya saing beras organik di Lampung.

Daya saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor atau negara untuk menjual dan memasok barang dan atau jasa yang diberikan dalam pasar. Daya saing sebuah negara dapat dicapai dari akumulasi daya saing strategis setiap perusahaan. Proses penciptaan nilai tambah (*value added creation*) berada pada lingkup perusahaan (Kuncoro, 2007). Daya saing suatu komoditas akan tercermin pada harga jual yang murah di pasar dan mutu yang tinggi. Untuk analisis daya saing suatu komoditas biasanya ditinjau dari sisi penawaran karena struktur biaya produksi merupakan komponen utama yang akan menentukan harga jual komoditas tersebut (Salvatore, 1997). Beras organik merupakan komoditas strategis di tengah peluang yang cukup besar. Peningkatan permintaan beras organik berbanding terbalik dengan pertumbuhan produsen beras. Petani belum dapat memenuhi permintaan beras organik karena berbagai permasalahan yang dihadapi, baik yang berasal dari internal kelompok tani maupun dari eksternal. Terjadi penurunan dan peningkatan luasan lahan beras organik seiring berjalannya waktu.



Gambar 1. Lahan Pertanian Organik di Kawasan Asia Tahun 2019  
Sumber: *Research Institute of Organic Agriculture*(FIBL, 2019)

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan bahwa posisi Indonesia menempati urutan keempat luas lahan pertanian organik di Benua Asia. Indonesia berada dibawah India, China dan Khazaktan, luas lahan organik di Indonesia adalah sebesar 251,619 hektar. Dibawah Indonesia adalah Thailand, Philipina, Sri Lanka dan

lain-lain yang sudah terkenal dengan pertaniannya. Lebih lengkap luasan lahan pertanian organik di Asia dapat dilihat sebagai berikut.

**Tabel 1. Lahan Pertanian Organik di Kawasan Asia Tahun 2019**

Country	Area (Ha)	Organik Share (%)	Producers (No. )
Afghanistan	786	0.002%	1
Armenia	594	0.04%	29
Azerbaijan	37,630	0.8%	305
Bangladesh	2,249	0.02%	2
Bhutan	6,632	1.30%	4,354
Cambodia	25,757	0.50%	6,350
China	2,216,000	0.40%	6,308
Georgia	1,452	0.06%	1,075
India	2,299,222	1.30%	1,366,226
Indonesia	251,619	0.40%	18,162
Iran	11,916	0.03%	24
Iraq	63	0.001%	
Japan	10,792	0.20%	3,678
Jordan	1,446	0.10%	23
Kazakhstan	294,289	0.10%	41
Kuwait	33	0.02%	1
Lao P. D. R	8,952	0.40%	2,165
Lebanon	1,574	0.20%	122
Malaysia	1,276	0.01%	31
Mongolia	61	0.0001%	112
Myanmar	12,948	0.10%	48
Nepal	9,361	0.20%	983
Oman	43	0.00%	5
Pakistan	64,885	0.20%	415
Palestine	5,388	1.20%	1,449
Philippines	168,352	1.40%	12,037
Republic Of Korea	29,711	1.80%	18,199
Saudi Arabia	24,517	0.01%	244
Singapore	15	2.20%	
Sri Lanka	70,436	2.50%	2,338
Syrian Arab Republic	19,987	0.10%	2,458
Taiwan	9,536	1.20%	3,761
Tajikistan	10,340	0.20%	949
Thailand	188,451	0.90%	118,985
Timor Leste	32,472	8.50%	4
United Arab Emirates	4,642	1.20%	102
Uzbekistan	932	0.004%	2
Vietnam	61,901	0.50%	17,174

Sumber: *Research Institute of Organik Agriculture (FIBL, 2019)*

Provinsi Lampung merupakan salah satu wilayah penghasil beras organik di Indonesia, walaupun memiliki luasan yang terbatas. Sebagian besar petani masih enggan untuk menanam beras organik. Alasannya adalah dianggap memiliki pola budidaya yang lebih rumit, dikhawatirkan produktivitas tidak setara dengan beras non organik, input yang lebih banyak dan lainnya. Berikut data produsen beras organik di Provinsi Lampung pada tahun 2021.

Tabel 2. Luas Lahan Beras Organik Provinsi Lampung Tahun 2021

No.	Kabupaten	Kecamatan	Nama Kelompok	Luas Lahan	Keterangan
1	Lampung Barat	Suoh	Komunitas Petani Organik Lembah Suoh	21,7 Ha	Bersertifikat INOFICE
2	Pesawaran	Tegineneng	Komunitas Petani Organik Berkemajuan	8,55 Ha	Bersertifikat INOFICE
3	Lampung Tengah	Seputih Raman	PP GAPSERAJahtera Mandiri	12,0 Ha	Bersertifikat INOFICE
4	Lampung Tengah	Punggur	Komunitas Petani Organik Astorahayu	10,0 Ha	Bersertifikat INOFICE
5	Pringsewu	Fajaresuk Pardasuka	Komunitas Petani Organik	3,25 Ha	Bersertifikat INOFICE

Sumber : Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Lampung, 2021

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa luasan lahan beras organik tertinggi pada tahun 2021 adalah Kabupaten Lampung Tengah yaitu sebesar 22 hektar. Urutan kedua adalah Kabupaten Lampung Barat dan diikuti oleh Kabupaten Pesawaran. Hal ini memberikan gambaran bahwa jumlah produsen beras organik masih sangat terbatas. Sedangkan luas lahan beras non organik Provinsi Lampung mencapai 413.874 hektar padi tahun 2021 (BPS, 2021). Di sisi lain, data ini menjelaskan bahwa Lampung memiliki potensi yang sangat besar untuk pengembangan beras organik, karena memiliki lahan pertanian yang sangat



luas dan subur. Pengembangan ini akan lebih pesat apabila beras organik memiliki daya saing yang tinggi. Daya saing ini dapat dikaitkan dengan kualitas, harga produk maupun efisiensi produksi. Daya saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor atau negara untuk menjual dan memasok barang dan atau jasa yang diberikan dalam pasar. Daya saing sebuah negara dapat dicapai dari akumulasi daya saing strategis setiap perusahaan. Proses penciptaan nilai tambah (*value added creation*) berada pada lingkup perusahaan (Kuncoro, 2007).

Daya saing suatu komoditas akan tercermin pada harga jual yang murah di pasar dan mutu yang tinggi. Untuk analisis daya saing suatu komoditas biasanya ditinjau dari sisi penawaran karena struktur biaya produksi merupakan komponen utama yang akan menentukan harga jual komoditas tersebut (Salvatore, 1997). Kemampuan produsen untuk memproduksi suatu komoditi dengan mutu yang cukup baik dan biaya produksi yang cukup rendah, sehingga pada harga-harga yang terjadi pada pasar internasional dapat diproduksi dan dipasarkan oleh produsen dengan memperoleh keuntungan yang mencukupi serta dapat mempertahankan kelanjutan kegiatan produksinya. Indikator utama yang menentukan besarnya daya saing adalah harga dan kualitas. Harga produk ditentukan oleh struktur biaya produksi dan juga oleh kebijakan pemerintah.

## **B. Rumusan Masalah**

Beras organik menjadi salah satu peluang yang sangat potensial untuk dikembangkan. Perkembangan pengetahuan serta pola konsumsi masyarakat semakin mengarah kepada kualitas gizi dan kesehatan. Masyarakat mulai menyadari adanya dampak negatif jangka panjang terhadap beras yang menggunakan bahan kimia sintetis. Perlahan, masyarakat mulai beralih kepada beras organik yang ramah lingkungan. Hal ini meningkatkan permintaan akan beras organik di pasaran. Semakin banyaknya permintaan akan beras organik maka mengharuskan adanya peningkatan produktivitas atau penambahan jumlah produsen dari beras organik.

Kesadaran akan pentingnya sumber pangan yang sehat dapat dipandang sebagai suatu tantangan oleh beberapa pihak seperti produsen dan pedagang. Hal ini terjadi akibat adanya peningkatan permintaan pangan sehat yang semakin tinggi. Sumber pangan yang sehat dipengaruhi oleh proses budidaya sumber pangan tersebut. Kebutuhan pangan pada sekitar dua dekade terakhir tidak hanya dipentingkan dari segi jumlah saja, tetapi juga dari segi kualitasnya. Hal ini dibuktikan dengan adanya isu ketahanan pangan. Ketahanan pangan adalah ketersediaan pangan dan kemampuan seseorang untuk mengaksesnya (Hartati, 2020). Sehingga bukan hanya tersedia dan tersimpan, namun terdapat kemudahan dalam mengaksesnya sehingga pemerataan dalam distribusi dapat terjadi.

Perubahan kesadaran pola hidup sehat semakin terbangun di kalangan masyarakat. Permintaan yang sangat tinggi sedangkan jumlah produksi masih sangat rendah menjadi problematika kompleks beras organik. Tahun 2019 permintaan beras organik Indonesia sudah lebih dari 300 ton, sedangkan Indonesia baru mampu memproduksi 252 ton (Kementan, 2019). Saluran distribusi yang panjang, mengakibatkan margin keuntungan yang sangat besar dari hasil budidaya beras organik dikuasai oleh pasar, yaitu para pengepul dan pedagang. Pada tingkat petani, mereka menerima harga yang jauh lebih kecil.

Dalam budidaya beras organik, petani harus lebih intensif dalam perawatan dan pengendalian hama penyakit tanaman. Karena pengendalian berbagai macam hama penyakit beras organik tidak menggunakan pestisida berbahan kimia sintetis, melainkan dengan pestisida nabati. Pestisida nabati dibuat oleh petani dengan berbagai macam campuran daun-daun serta tanaman khusus, sehingga bisa melindungi tanaman dari berbagai serangan. Untuk memenuhi kebutuhan nutrisi tanaman, petani memberikan pupuk organik berupa kompos atau pupuk kandang. Kandungan unsur hara mikro dan makro serta mikroorganisme pada pupuk tersebut diharapkan mampu membenah tanah menjadi lebih subur. Selain aspek rumitnya budidaya, petani merasakan kurang kuatnya kelembagaan pertanian serta minimnya minat para petani lain untuk berbudidaya beras organik. Pada saat petani panen, dihadapkan dengan rantai pemasaran yang terkadang

kurang menguntungkan bagi petani. Pasar penjualan beras organik diprediksi bersaing secara tidak sempurna, bahkan hanya dikuasai oleh beberapa pedagang saja. Sehingga para pedagang dapat lebih leluasa dalam menentukan harga jual beras organik di pasar. Hal ini menjadi peluang sekaligus ancaman bagi para pelaku usaha beras organik. Tingginya harga jual beras organik di pasaran menyebabkan daya saing kurang kuat jika dibandingkan dengan beras konvensional. Diperlukan sebuah kajian dan analisis khusus untuk mengetahui bagaimana struktur pasar sebenarnya yang berlaku pada beras organik di Provinsi Lampung. Pada penelitian ini, akan membahas secara khusus tentang bagaimana struktur pasar dan daya saing beras organik di Provinsi Lampung.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- (1) Bagaimana struktur pasar beras organik yang berlaku di Provinsi Lampung?
- (2) Bagaimana konsentrasi atau kekuatan struktur pasar yang berlaku terhadap perkembangan beras organik Provinsi Lampung ?
- (3) Bagaimana daya saing beras organik di Provinsi Lampung ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- (1) Mengidentifikasi struktur pasar beras organik di Provinsi Lampung.
- (2) Mengidentifikasi konsentrasi atau kekuatan struktur pasar yang berlaku terhadap perkembangan beras organik Provinsi Lampung.
- (3) Menganalisis daya saing beras organik di Provinsi Lampung.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- (1) Pemerintah atau instansi terkait, sebagai informasi bahan pertimbangan dalam penentuan kebijakan dan pengambilan keputusan terkait struktur pasar dan daya saing beras organik di Provinsi Lampung.
- (2) Pelaku usaha, sebagai informasi dalam melakukan upaya-upaya peningkatan produksi dan informasi pasar beras organik di Lampung.
- (3) Pembaca atau peneliti lain, sebagai informasi, motivasi, dan rujukan dalam upaya pengembangan penelitian selanjutnya.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Agribisnis Beras organik

Agribisnis merupakan suatu cabang ilmu pertanian yang sangat istimewa dan kompleks. Agribisnis dapat diartikan sebagai sebuah proses, kegiatan dan upaya bisnis di bidang pertanian, meliputi penyediaan sarana prasarana, proses budidaya, panen, pengolahan pasca panen hingga pemasaran. Bahkan agribisnis juga membahas bagaimana hasil pertanian dapat sampai ke tangan konsumen dengan mengutamakan kualitas dan desain yang modern, dilengkapi dengan kegiatan pengenalan produk melalui promosi.

Menurut Soekartawi (1993) Agribisnis berasal dari kata agri dan bisnis. Agri berasal dari bahasa Inggris, *agricultural* (pertanian). Bisnis berarti usaha komersial dalam dunia perdagangan. Agribisnis adalah kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil dan pemasaran produk-produk yang ada hubungannya dengan pertanian dalam arti luas. Dalam pertanian dalam arti luas mencakup pertanian tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan dan kehutanan. Sehingga agribisnis menjadi peluang yang sangat baik untuk dijalankan sebagai bisnis.

Pengertian Agribisnis Menurut Sjarkowi dan Sufri (2004) Agribisnis adalah setiap usaha yang berkaitan dengan kegiatan produksi pertanian, yang meliputi perusahaan input pertanian dan atau perusahaan produksi itu sendiri atau pun juga pengusaha pengelolaan hasil pertanian. Agribisnis, dengan perkataan lain, adalah cara pandang ekonomi bagi usaha penyediaan pangan. Sebagai subjek akademik, agribisnis mempelajari strategi memperoleh keuntungan dengan

mengelola aspek budidaya, penyediaan bahan baku, pascapanen, proses pengolahan, hingga tahap pemasaran.

Berdasarkan perkembangan pertanian organik pada periode 2001-2007, tahapan yang telah direncanakan tidak sepenuhnya terlaksana dengan baik. Hal ini disebabkan timbulnya permasalahan dalam budidaya, sarana produksi, pengolahan hasil, pemasaran, sumberdaya manusia, kelembagaan, dan regulasi (Deptan, 2007b). Permasalahan tersebut menjadi kendala dalam pengembangan pertanian organik di Indonesia. Permasalahan tersebut akan dijelaskan lebih rinci dalam uraian berikut.

### 1. Budidaya

Beberapa permasalahan yang berkaitan dengan budidaya organik meliputi luas dan lokasi lahan kurang mendukung, sumber air yang tercemar kimia sintetik, akses transportasi yang sulit, benih organik belum cukup tersedia, varietas kurang adaptif terhadap budidaya organik, dan serangan hama dan penyakit.

- a. Luas dan lokasi lahan kurang mendukung Lahan yang digunakan untuk budidaya pertanian organik secara umum relatif kecil jika dibandingkan dengan lahan pertanian anorganik. Selain luas lahan yang sempit, budidaya organik juga terbentur pada lokasi lahan yang berada di sekitar lokasi budidaya anorganik. Posisi ini menimbulkan lahan yang diusahakan secara organik terkena pencemaran pestisida anorganik, pupuk anorganik, dan cemaran bahan anorganik lainnya dari pertanian konvensional melalui air dan udara.
- b. Sumber air yang tercemar bahan anorganik  
Sumberdaya air sangat berperan dalam menunjang keberhasilan usaha pertanian, termasuk budidaya pertanian organik. Pada saat ini kondisi sumber air di sentra pertanian telah tercemar bahan anorganik. Kondisi ini menjadi masalah bagi petani organik, karena untuk mendapatkan air yang bebas bahan pencemar harus dilakukan dengan cara (1) mencari sumber air alternatif seperti sumur bor, (2) membuat saluran air dari bagian hulu sungai, (3)

mengolah air terlebih dahulu dengan cara mengendapkan atau memberi perlakuan agar dihasilkan air yang sudah tidak tercemar.

c. Akses transportasi yang sulit

Lokasi yang sesuai untuk budidaya organik adalah daerah yang masih minim pencemaran lingkungannya. Umumnya lokasi ini berada jauh dari akses transportasi. Padahal transportasi merupakan salah satu sarana pertanian untuk mendistribusikan dan membawa hasil pertanian organik. Hal ini menimbulkan masalah dalam hal (1) sulitnya mendistribusikan bahan input atau sarana produksi pertanian, (2) sulitnya membawa hasil pertanian organik dari lahan ke pasar, (3) mahal biaya transportasi dari dan ke lokasi budidaya pertanian organik.

d. Benih organik belum cukup tersedia

Benih merupakan salah satu input yang penting dalam pertanian organik. Minimnya benih organik disebabkan karena institusi penghasil benih baik kelompok tani ataupun perusahaan benih belum memproduksi benih organik dalam jumlah yang mencukupi. Oleh karena itu benih yang digunakan oleh petani organik umumnya masih berupa benih anorganik.

e. Varietas kurang adaptif terhadap budidaya organik

Pola budidaya organik lebih mengutamakan daya adaptif tanaman/varietas terhadap kondisi lingkungan tempat tumbuhnya. Beberapa varietas kurang adaptif terhadap budidaya organik karena varietas tersebut telah dikondisikan untuk adaptif pada pupuk anorganik, pestisida anorganik, dan perlakuan budidaya lainnya secara anorganik.

f. Serangan hama dan penyakit tanaman

Keberhasilan budidaya organik tidak terlepas dari pencegahan serangan hama dan penyakit. Berdasarkan fakta di lapangan serangan hama dan penyakit tanaman pada produk organik cukup tinggi dan belum bisa diatasi oleh pelaku

pertanian organik. Hama dan penyakit tanaman lebih menyukai beras yang bebas dari bahan kimia sintetis sehingga serangan lebih banyak.

## 2. Sarana Produksi

Permasalahan pada sarana produksi budidaya organik berkaitan dengan teknologi penyediaan sarana produksi seperti pupuk organik dan pestisida organik. Sebaran usaha budidaya organik tidak didukung oleh produksi dan distribusi pupuk organik. Akibatnya pupuk organik tidak tersedia secara merata sehingga menimbulkan permasalahan bagi petani organik.

## 3. Pengolahan

Peralatan yang digunakan untuk mengolah produk organik juga digunakan untuk mengolah produk anorganik. Petani organik tidak mampu menyediakan peralatan yang khusus digunakan untuk pengolahan pangan organik. Pengolahan pangan organik memerlukan bahan tambahan pangan berupa pemanis, pewarna, dan pengawet yang boleh digunakan untuk pengolahan pangan organik. Namun ketersediaan bahan tambahan pangan tersebut sangat terbatas begitu juga halnya dengan ketersediaan kemasan yang diijinkan untuk produk organik.

## 4. Pemasaran

Permasalahan yang berkaitan dengan pemasaran pangan organik terdiri dari:

- Belum ada kepastian pasar, sehingga petani ragu untuk memproduksi.
- Belum ada insentif harga yang memadai untuk produsen produk organik.
- Minimnya pengetahuan teknis dan jalur-jalur pemasaran yang dikuasai oleh pelaku pengusaha organik.
- Jalur-jalur pemasaran organik masih sedikit dan menganut pemasaran konvensional, sehingga beresiko untuk tercampur dengan pangan anorganik.
- Mahalnya biaya transportasi pangan organik.
- Minimnya tempat yang khusus dan memenuhi syarat untuk menjual pangan organik.
- Pemasaran pangan organik masih terkonsentrasi di kawasan tertentu, belum menyebar secara merata di setiap wilayah konsumen.



- Pangan organik yang dipasarkan belum dikemas secara baik dan menarik.
- Produk impor berupa pangan organik olahan banyak diperdagangkan di Indonesia sehingga menjadi kompetitor.

## 5. Kelembagaan

Permasalahan dalam kelembagaan budidaya organik terjadi dalam kelembagaan di tingkat petani, kelembagaan di tingkat daerah, kelembagaan sertifikasi, dan kelembagaan di tingkat pusat. Lembaga sertifikasi pangan organik yang sudah terakreditasi pada tahun 2007 sangat terbatas, hanya ada satu perusahaan yaitu PT Sucofindo. Minimnya lembaga sertifikasi ini menyebabkan mahalnya biaya sertifikasi. Sementara itu kelembagaan di tingkat petani masih rendah. Di tingkat daerah, kelembagaan yang menangani pangan organik baik milik swasta maupun pemerintah belum banyak terbentuk, sehingga menyebabkan pengembangan pangan organik berjalan secara parsial. Pertanian organik akan lebih baik jika dikelola secara berkelompok untuk meningkatkan luasan area pertanian organik dan memudahkan dalam penyediaan sarana produksi, pemasaran, dan menghemat biaya sertifikasi.

## 6. Regulasi dan Pedoman

Regulasi pangan organik masih bersifat umum berupa SNI Sistem Pertanian Organik dan masih sedikit regulasi yang bersifat khusus yang mengatur hal-hal yang berkaitan dengan pertanian organik. Bahkan regulasi tersebut belum tersosialisasi secara luas dan merata sehingga banyak petani organik yang tidak memahami manfaat regulasi tersebut.

## **B. Konsep Pemasaran**

Menurut Hasyim (2012), tataniaga (pemasaran) pertanian merupakan pendistribusian produk-produk pertanian dan atau sarana produksi pertanian dari produsen hingga konsumen dengan penciptaan kegunaan waktu, tempat, bentuk dan pengolahan hak milik oleh lembaga-lembaga tataniaga dengan melakukan fungsi-fungsi tataniaga. Tujuan dari adanya pemasaran adalah membuat penjual

lebih banyak mengetahui konsumen dengan baik agar produk dan layanan yang diberikan sesuai dengan selera konsumen dan dapat terjual. Pemasaran terjadi tidak lepas dari organisasi pasar. Organisasi pasar adalah suatu arti secara umum yang mencakup seluruh aspek suatu sistem pemasaran.

## 1. Struktur Pasar

Struktur pasar merupakan elemen strategis yang relatif permanen dari lingkungan perusahaan yang memengaruhi dan dipengaruhi oleh perilaku dan kinerja dalam pasar. Struktur pasar menunjukkan atribut pasar yang memengaruhi sifat persaingan. Struktur pasar biasanya dinyatakan dalam ukuran distribusi perusahaan pesaing. Elemen struktur pasar adalah pangsa pasar (*market share*), konsentrasi (*consentration*) dan hambatan (*barrier*).

Struktur pasar berkaitan dengan lingkungan pasar tersebut beroperasi.

Lingkungan tersebut menyangkut banyaknya produsen atau perusahaan, fungsi biaya, fungsi keuntungan dan kendala yang menghalangi produsen untuk masuk kedalam satu industri. Struktur pasar juga menggambarkan pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan di pasar dalam suatu industri. Untuk memperluas suatu pangsa pasar tersebut, suatu perusahaan menghadapi sejumlah rintangan.

Semakin besar hambatan untuk masuk, semakin tinggi tingkat konsentrasi struktur pasar. Hambatan masuk meliputi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pemerintah untuk memasuki pasar, yaitu besarnya investasi yang dibutuhkan, efisiensi tingkat produksi, bermacam-macam usaha penjualan, serta besarnya *sunk cost*.

Struktur pasar mengenai berbagai jenis pasar. Pasar persaingan sempurna, monopoli, dan oligopoli. Namun, jenis pasar persaingan sempurna dan monopoli sangat jarang ditemukan dalam pasar. Setiap struktur pasar berada antara pasar monopoli (pangsa pasar yang tinggi dan rintangan untuk masuk tinggi) dan pasar persaingan sempurna (pangsa pasar kecil dan rintangan masuk pasar rendah).

Karakteristik organisasi dari suatu pasar yang dalam praktiknya adalah yang menentukan hubungan antara para pembeli dan penjual, antara penjual satu dengan penjual lain, serta penjual di pasar dengan penjual potensial yang akan masuk ke dalam pasar. Struktur pasar dapat ditinjau dari karakteristik masing-masing pasar yang dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Karakteristik struktur pasar ditinjau dari sudut penjual dan sudut pembeli

Karakteristik		Struktur Pasar	
Jumlah Perusahaan	Sifat Produk	Sudut Penjual	Sudut Pembeli
Banyak	Homogen / Standar	Persaingan Murni	Persaingan Murni
Banyak	Diferensiasi Standar	Persaingan Monopolistik	Persaingan Monopolistik
Sedikit	Standar	Oligopoli Murni	Oligopoli Murni
Sedikit	Diferensiasi	Oligopoli Diferensiasi	Oligopoli Diferensiasi
Satu	Unik	Monopoli	Monopoli

Sumber : Dahl dan Hammond (1997).

Struktur pasar digolongkan ke dalam dua kelompok yaitu pasar bersaing sempurna dan pasar tidak bersaing sempurna. Ciri utama pasar bersaing sempurna yaitu terdapat banyak pembeli dan penjual, pelaku pasar hanya menguasai sebagian kecil dari produk yang dipasarkan sehingga tidak mempengaruhi pembentukan harga (*price taker*), barang yang dipasarkan bersifat homogen, serta pembeli dan penjual bebas masuk pasar. Struktur pasar bersaing tidak sempurna dapat dilihat dari sisi pembeli (pasar monopsoni dan oligopsoni), dan sisi penjual (pasar monopoli, oligopoli, dan duopoli) (Limbong dan Sitorus, 1987).

Penentuan struktur pasar dapat dilakukan dengan analisis kualitatif yang menjelaskan saluran pemasaran yang terdiri dari praktik penjualan dan pembelian,

sistem penentuan harga, serta sistem pembayaran. Saluran pemasaran yang dilalui setiap komoditas pertanian dapat berupa rantai pendek maupun panjang, tergantung dari banyaknya lembaga tataniaga yang aktif dalam sistem tataniaga tersebut. Terdapat lima saluran tataniaga yang dapat digunakan dalam pendistribusian produk pertanian, yaitu :

- 1) Produsen – konsumen.
- 2) Produsen – pengecer – konsumen akhir.
- 3) Produsen – pedagang kecil – pedagang besar – pengecer – konsumen akhir.
- 4) Produsen – pedagang kecil – pengecer – konsumen akhir.
- 5) Produsen – pedagang besar – pengecer – konsumen akhir.

Setiap perusahaan memiliki suatu struktur pasar pada masing-masing keadaan tertentu yang mempengaruhi perilaku dari perusahaan.

Keuntungan dan kelemahan pasar monopsoni, pasar persaingan sempurna dan oligopsoni.

1. Pasar monopsoni (keuntungannya adalah kualitas produk yang dijual terjamin, baik dari segi keamanan maupun kesehatannya; lebih hemat biaya, dengan menekan biaya produksi yang tinggi. Kelemahannya adalah dengan adanya satu pembeli maka akan lebih banyak tekanan yang dirasakan oleh produsen; produk yang tidak sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen akan dibuang atau diletakkan di gudang).
2. Pasar persaingan sempurna (keuntungannya adalah tidak ada persaingan dalam pasar ini, penjual tidak memerlukan iklan untuk promosi, penentuan harga berdasarkan transaksi tawar menawar antara penjual dan pembeli. Kelemahannya adalah tidak ada dana untuk melakukan riset atau pengembangan produk, para pembeli mengalami keterbatasan dalam memilih barang atau jasa karena produk yang dijual sama dan kualitasnya pun sama).
3. Pasar oligopsoni (keuntungannya adalah penjual mendapat keuntungan banyak karena bisa lebih dari satu pembeli yang membeli barangnya, tekanan dari pembeli kepada penjual tidak begitu terlihat, karena adanya sebuah perlindungan. Kelemahannya adalah kualitas produk belum pasti atau kurang

meyakinkan , keamanan dan kenyamanan rendah karena tidak ada identitas pasti yang dimiliki produk).

## 2. Perilaku Pasar

Pola tingkah laku dari lembaga pemasaran dalam hubungannya dengan sistem pembentukan harga dan praktik transaksi (melakukan pembelian dan penjualan) secara horizontal maupun vertikal. Perilaku pasar dengan kata lain adalah tingkah laku produsen dalam struktur pasar tertentu dalam hal keputusan apa yang dibuat oleh pelaku pemasaran dalam struktur pasar yang berbeda.

Penentuan perilaku pasar dapat dilakukan dengan analisis kuantitatif dapat mendukung penentuan perilaku pasar dengan menggunakan perhitungan koefisien korelasi harga dan elastisitas transmisi harga. Perhitungan mengenai analisis kuantitatif dalam menentukan perilaku pasar dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1) Koefisien Korelasi Harga

Menurut Hasyim (2012), analisis korelasi harga menggambarkan perkembangan harga pada dua tingkat yang sama atau berlainan dan saling berhubungan melalui perdagangan. Hubungan antara harga yang diterima petani dan yang dibayar konsumen akhir merupakan fungsi linear dan melalui nilai korelasi (r) dapat diketahui struktur pasar yang ada. Koefisien korelasi harga memberikan petunjuk mengenai derajat integrasi antar tingkat pasar. Rumus dari korelasi harga menurut Hasyim (2012), dapat ditulis sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum PrPf - \sum Pr \sum Pf}{\sqrt{\{n \sum Pf^2 - (\sum Pf)^2\}} \cdot \sqrt{\{n \sum Pr^2 - (\sum Pr)^2\}}} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan :

- r = Koefisien korelasi harga
- n = Jumlah pengamatan
- Pf = Harga di tingkat produsen
- Pr = Harga di tingkat konsumen

Penelitian ini menggunakan rumus koefisien korelasi harga dari regresi yang dilakukan terhadap harga. Harga mempunyai hubungan linear dimana Pf merupakan fungsi dari Pr yang secara matematis dirumuskan sebagai berikut :

$$Pf = a + b Pr \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

- Pf = Harga di tingkat produsen
- Pr = Harga di tingkat konsumen
- a = Konstanta atau titik potong
- b = Koefisien regresi

Melalui persamaan tersebut, dapat diketahui nilai koefisien korelasi harga yaitu pada nilai b. Apabila nilai b = 1, artinya harga yang dibayar konsumen dan jumlah yang ditawarkan petani tidak berpengaruh terhadap margin pemasaran (margin konstan). Apabila b < 1, artinya struktur pasar tidak bersaing sempurna. Apabila b > 1, artinya fluktuasi kenaikan harga di tingkat produsen lebih besar dari fluktuasi harga di tingkat konsumen (Hasyim, 2012). Menurut Limbong (1999) dalam Yusriwandi, dkk (2018), integrasi pasar akan terjadi kuat apabila nilai b = 1 atau 0,5 < b < 1, dimana harga di tingkat produsen terintegrasi dengan harga di tingkat konsumen.

2) Elastisitas Transmisi Harga

Analisis elastisitas transmisi harga menurut Hasyim (2012) menggambarkan sejauh mana dampak dari perubahan harga barang di tingkat konsumen atau pengecer terhadap perubahan harga di tingkat produsen atau penghasil. Elastisitas transmisi harga diukur melalui regresi sederhana antara dua harga pada dua tingkat pasar lalu dihitung elastisitasnya dengan rumus sebagai berikut :

$$Et = \frac{\partial Pr}{Pr} \times \frac{Pf}{\partial Pf} \dots\dots\dots (3)$$

Harga mempunyai hubungan linear dimana Pf merupakan fungsi dari Pr yang secara matematis dirumuskan sebagai berikut :

$$Pf = a + b Pr \dots\dots\dots (4)$$

Melalui persamaan (5) dan (6) dapat diperoleh bahwa :

$$b = \frac{\partial Pf}{\partial Pr} \text{ atau } \frac{\partial Pr}{\partial Pf} = \frac{1}{b} \dots\dots\dots (5)$$

sehingga

$$ET = \frac{1}{b} \times \frac{Pf}{Pr} \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan :

- ET = Elastisitas transmisi harga
- $\partial$  = Diferensiasi atau turunan
- Pf = Harga rata-rata di tingkat produsen
- Pr = Harga rata-rata di tingkat konsumen
- a = Konstanta atau titik potong
- b = Koefisien regresi

Kriteria pengukuran ET adalah :

- a)  $ET = 1$ , artinya perubahan harga di tingkat konsumen (pengecer) ditransmisikan 100 persen ke produsen sehingga pasar dianggap pasar persaingan sempurna dan mencapai efisiensi pemasaran.
- b)  $ET > 1$ , artinya laju perubahan harga di tingkat konsumen (pengecer) lebih besar dibanding laju perubahan harga di tingkat produsen sehingga pasar dianggap pasar tidak bersaing sempurna dan belum mencapai efisiensi pemasaran.
- c)  $ET < 1$ , artinya laju perubahan harga di tingkat konsumen (pengecer) lebih kecil dibanding laju perubahan harga di tingkat produsen sehingga pasar

dianggap pasar tidak bersaing sempurna dan belum mencapai efisiensi pemasaran.

### 3) Konsentrasi Rasio (*Ratio Concentration*)

Konsentrasi rasio merupakan perbandingan antara jumlah barang yang dibeli oleh pedagang tertentu dengan jumlah yang di jual semua pedagang, kemudian dikalikan 100%. Struktur pasar dianalisis secara kuantitatif untuk menghitung konsentrasi pasar (*market concentration*). Konsentrasi rasio ( $K_r$ ) dapat diketahui dengan menggunakan rumus berikut:

$$K_r = \frac{\sum P_x}{\sum P_n} \times 100\% \dots \dots \dots (7)$$

Keterangan :

$K_r$  = Konsentrasi Rasio

$P_x$  = Jumlah barang yang dibeli oleh pedagang tertentu

$P_n$  = Jumlah barang yang dijual oleh semua pedagang

### 4) Herfindahl-Hirschman Index (IHH)

Indeks Hirschman Herfindahl bertujuan untuk mengetahui derajat konsentrasi pembeli suatu pasar, sehingga bisa mengetahui gambaran umum imbang kekuatan posisi tawar-menawar petani (penjual) terhadap pedagang (pembeli).

Rumus IHH adalah sebagai berikut :

$$IHH = (K_{r1})^2 + (K_{r2})^2 \dots + (K_{rn}) \dots \dots \dots (8)$$

Keterangan :

IHH = Indeks Hirschman Herfindahl



- $n$  = Jumlah pedagang yang terdapat dalam suatu wilayah  
 $Kr1$  = Pangsa pembelian komoditi dari pedagang ke-I ( $i=1,2,3,\dots,n$ )

Kriteria :

Jika  $IHH = 1$  maka pasar mengarah pada monopsony

Jika  $IHH = 0$  maka pasar mengarah pada persaingan sempurna

Jika  $0 < IHH < 1$  maka pasar mengarah pada oligopsoni.

Struktur pasar yaitu menganalisis jumlah dan ukuran lembaga pemasaran dengan menghitung pangsa pasar (*market share*), konsentrasi rasio dan Indeks Herfindahl (HI). Pangsa pasar menunjukkan keuntungan yang diperoleh pedagang dari hasil penjualannya. Setiap pedagang memiliki pangsa pasar yang berbeda-beda yaitu antara 0 hingga 100% dari total penjualan seluruh pasar. Pangsa pasar (*market share*) adalah presentase total penjualan pada suatu target pasar yang diperoleh dari suatu pedagang (Sinaga dan Dewi, 2016).

Kriterianya adalah sebagai berikut :

- a) Monopoli murni, apabila suatu pedagang memiliki 100% dari pangsapasar.
- b) Pedagang dominan, apabila memiliki 80-100% dari pangsa pasar dan tanpa pesaingkuat.
- c) Oligopsoni ketat, apabila 4 pedagang terkemuka memiliki 60-100% dari pangsapasar.
- d) Oligopsoni longgar, apabila 4 pedagang terkemuka memiliki 40-60% pangsa pasar.
- e) Persaingan monopolistik, apabila banyak pesaing yang efektif tidak satupun yang memiliki lebih dari 10% pangsapasar.
- f) Persaingan murni, apabila lebih dari 50 pesaing, tapi tidak satupun yang memiliki pangsa pasar berarti.

### 3. Keragaan Pasar

Memperlihatkan pengaruh riil struktur dan perilaku pasar yang berkenaan dengan harga, biaya, dan volume produksi dengan sifat yang cenderung kompleks dan saling mempengaruhi. Analisis mengenai keragaan pasar digunakan beberapa indikator, yaitu :

#### 1) Pangsa Produsen (*Farmers Share*)

Analisis pangsa produsen dilakukan untuk mengetahui bagian harga yang diterima produsen yang dinyatakan dalam persentase. Semakin tinggi pangsa produsen, maka kinerja pasar akan semakin baik dari sisi produsen. Pangsa produsen menurut Hasyim (2012) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$PS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\% \dots\dots\dots (9)$$

Keterangan :

PS = Bagian harga yang diterima produsen

Pf = Harga di tingkat produsen

Pr = Harga di tingkat konsumen

#### 2) Marjin Pemasaran dan *Ratio Profit Margin* (RPM)

Menurut Hasyim (2012), marjin pemasaran adalah perbedaan harga- harga pada berbagai tingkat sistem tataniaga atau dengan kata lain perbedaan harga di antara tingkat lembaga dalam sistem tataniaga atau perbedaan antara jumlah yang dibayar konsumen dan jumlah yang diterima produsen atas produk agribisnis yang diperjualbelikan. Secara matematis, marjin pemasaran dapat dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

$$M_{ji} = P_{si} - P_{bi}, \text{ atau } \dots\dots\dots (10)$$

$$M_{ji} = b_{ti} + \pi_i, \text{ atau } \dots\dots\dots (11)$$

$$\Pi_i = M_{ji} - b_{ti} \dots\dots\dots (12)$$

Keterangan:

M <sub>ji</sub>	=	Marjin pemasaran tingkat ke-i
P <sub>si</sub>	=	Harga penjualan lembaga pemasaran tingkat ke-i
P <sub>bi</sub>	=	Harga pembelian lembaga pemasaran tingkat ke-i
b <sub>ti</sub>	=	Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i
π <sub>i</sub>	=	Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i

Penyebaran marjin pemasaran dapat dilihat berdasarkan persentase keuntungan terhadap biaya pemasaran (*Ratio Profit Margin* atau RPM). Perhitungan rasio marjin keuntungan menurut Hasyim (2012) dapat dilakukan dengan rumus :

$$RPM = \frac{\pi_i}{b_{ti}} \dots\dots\dots (13)$$

Keterangan :

RPM	=	<i>Ratio Profit Margin</i>
π <sub>i</sub>	=	Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i
b <sub>ti</sub>	=	Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i

Nilai RPM (*Ratio Profit Margin*) yang relatif menyebar merata pada tiap lembaga pemasaran merupakan cerminan dari sistem pemasaran yang efisien. Jika selisih RPM antara lembaga pemasaran sama dengan nol (0), maka sistem pemasaran tersebut dikatakan efisien dan jika selisih RPM antara lembaga pemasaran tidak sama dengan nol (0), maka sistem pemasaran tidak efisien.

#### 4. Konsentrasi (*Consentration*)

Indeks konsentrasi digunakan untuk mengukur suatu tingkat konsentrasi. Ukuran-ukuran ini mempunyai kelemahan dan keunggulan tersendiri, jadi tidak ada ukuran konsentrasi perusahaan yang benar-benar sempurna. F. Greer (1984) dalam Hasibuan (1993), menjelaskan bahwa terdapat empat sebab pokok terjadinya konsentrasi industri yang meningkat atau menurun, yakni pertama, nasib baik

(*luck*); kedua, karena adanya sebab teknis (luasnya pasar, skala ekonomi, kelangkaan sumberdaya, dan pertumbuhan pasar, serta yang terpenting adalah kemajuan teknologi; ketiga, karena kebijaksanaan pemerintah (adanya undang-undang anti-monopoli, patent, lisensi, dan berbagai regulasi); dan keempat, kebutuhan bisnis sehingga ada kebijaksanaan perusahaan untuk mengambil keputusan tertentu (merger, differensiasi produk, dan praktek-praktek bisnis yang membatasi perusahaan lain untuk beroperasi).

Pasar monopoli menggunakan Indeks Lerner (IL) untuk menentukan derajat kekuatan monopoli. Indeks Lerner secara tidak langsung mengukur laba yang diperoleh dalam suatu industri. IL membandingkan antara perbedaan harga yang berlaku dengan biaya marginal terhadap harga tersebut. Sedangkan pasar oligopoli memakai patokan Konsentrasi Pasar (KP) untuk mengukur derajat kekuatan oligopoli. Sementara struktur pasar oligopoli ditentukan oleh seberapa besar konsentrasi pasarnya. Konsentrasi pasar menunjukkan kekuatan pasar oligopoli dan derajat kesulitan pesaing baru untuk memasuki pasar. Tingkat persaingan yang lemah ditunjukkan oleh KP yang tinggi, begitu pula sebaliknya. Tingkat persaingan akan menguat pada posisi KP yang rendah. Tinggi rendahnya KP dipengaruhi oleh jumlah perusahaan yang keluar masuk pasar. Hal tersebut bergantung pada kekuatan faktor produksi dan kapasitas produksi perusahaan bersangkutan. Elastisitas transmisi harga menghitung persentase perubahan harga di tingkat petani sebagai produsen dan menghitung perubahan di tingkat pedagang sekaligus harga yang diterima oleh konsumen.

## **5. Pangsa Pasar (Market Share)**

Pangsa pasar adalah pangsa dari pendapatan penjualan total. Pangsa pasar merupakan indikator yang paling penting dalam menentukan derajat kekuasaan monopoli, dalam skala ordinal (dibandingkan dari pangsa pasar yang tinggi atau paling rendah dalam pasar yang sama). Semakin tinggi pangsa pasar maka kekuasaan monopoli semakin besar, sedangkan jika pangsa pasarnya rendah maka

kekuatan monopoli yang dimiliki akan semakin kecil atau bahkan tidak ada sama sekali (Shepherd, 1990).

Pangsa pasar sering digunakan sebagai indikator proksi untuk melihat adanya kekuatan pasar dan menjadi indikator tentang seberapa pentingnya suatu perusahaan di dalam pasar. Setiap perusahaan memiliki pangsa pasarnya sendiri, dan besarnya berkisar antar 0-100 persen dari total penjualan seluruh pasar. Dalam hal ini menjelaskan bahwa setiap komoditas memiliki pasarnya masing-masing.

## **6. Hambatan Untuk Masuk (*Barrier to Entry*)**

Hambatan untuk memasuki sebuah pasar dapat dilihat dari mudah tidaknya suatu pesaing untuk masuk kedalam suatu pasar. Hambatan untuk memasuki sebuah pasar dapat disebabkan oleh munculnya persaingan yang semakin ketat. Produsen yang efisien dalam memproduksi pada dasarnya memiliki kekuatan alamiah untuk menghambat para pesaing potensial untuk memasuki pasar. Harga jual produk yang ditawarkan produsen kepada konsumen dapat diatur oleh pihak produsen yang mapan menurut selera yang diinginkan. Produsen yang mana dapat menentukan tingkat harga dan output yang diinginkan untuk menentukan keuntungan. Sebaliknya pada produsen yang memiliki keputusan yang lemah dalam memasuki pasar akan sulit menentukan tingkat harga dan output, hal ini pula yang menyebabkan produsen lemah akan sering gagal melakukan penetrasi pasar dan menguasai keadaan pasar. Masuknya hambatan dalam mencakup segala sesuatu akan memungkinkan terjadinya kecepatan pesaing baru.

Menurut Hasibuan (1993) menyatakan bahwa alasan pemerintah melakukan rintangan masuk, untuk melindungi suatu industri dengan alasan:

- a) Kapasitas sudah cukup dan tidak perlu ada perusahaan yang baru masuk.
- b) Dengan menunjuk hanya perusahaan tertentu saja yang boleh memproduksi.

- c) Memberikan fasilitas tertentu kepada perusahaan tertentu, misalnya keringanan biaya masuk (impor, subsidi bunga, memberikan pasar tertentu yang tidak boleh dimasuki oleh perusahaan lain.
- d) Karena menyangkut kebutuhan rakyat banyak, sehingga terjadi perlindungan alamiah, pantas untuk dilindungi, oleh karena produksinya bersifat public-goods.

Struktur Pasar menunjukkan karakteristik pasar, seperti elemen jumlah pembeli dan penjual, keadaan produk, keadaan pengetahuan penjual dan pembeli, serta keadaan rintangan pasar. Perbedaan pada elemen-elemen itu akan membedakan cara masing-masing pelaku pasar dalam industri berperilaku, yang pada gilirannya akan menentukan perbedaan kinerja pasar yang terjadi (Teguh, 2010).

Struktur Pasar memiliki pengertian penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan pada ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan, banyaknya perusahaan dalam industri, mudah tidaknya keluar atau masuk ke dalam industri dan peranan iklan dalam kegiatan industri. Pada analisa ekonomi dibedakan menjadi pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna (yang meliputi monopoli, oligopoli, monopolistik dan monopsoni) (Mendikbud, 2008).

### **C. Analisis Daya Saing**

Daya saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor atau negara untuk menjual dan memasok barang dan atau jasa yang diberikan dalam pasar. Daya saing sebuah negara dapat dicapai dari akumulasi daya saing strategis setiap perusahaan. Proses penciptaan nilai tambah (*value added creation*) berada pada lingkup perusahaan (Kuncoro, 2007). Daya saing suatu komoditas akan tercermin pada harga jual yang murah di pasar dan mutu yang tinggi. Untuk analisis daya saing suatu komoditas biasanya ditinjau dari sisi penawaran karena struktur biaya produksi merupakan komponen utama yang akan menentukan harga jual komoditas tersebut (Salvatore, 1997).

Daya saing adalah kemampuan suatu komoditi untuk masuk ke dalam pasar luarnegeridan kemampuan untuk bertahan dalam pasar tersebut. Suatu produk yang memiliki daya saingbanyak diminati konsumen. Daya saing suatu negara dalam perdagangan internasional ditentukanoleh dua faktor, yaitu keunggulan komparatif, keunggulan yang bersifat alamiah dan keunggulan kompetitif yaitu keunggulan yang dapat diciptakan (Tambunan, 2003). Daya saing merupakan kemampuan suatu komoditi untuk memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk dapat bertahan di dalam pasar tersebut. Jika suatu produk mempunyai daya saing maka produk tersebut akan diminati oleh konsumen (Porter, 1990).

Kemampuan produsen untuk memproduksi suatu komoditi dengan mutu yang cukup baik dan biaya produksi yang cukup rendah, sehingga pada harga-harga yang terjadi pada pasar internasional dapat diproduksi dan dipasarkan oleh produsen dengan memperoleh keuntungan yang mencukupi serta dapat mempertahankan kelanjutan kegiatan produksinya. Indikator utama yang menentukan besarnya daya saing adalah harga dan kualitas. Harga produk ditentukan oleh struktur biaya produksi dan juga oleh kebijakan pemerintah (Bandrang, Natawidjaja, & Karmana, 2015).

#### **D. Sistem Pertanian Berkelanjutan**

Isu lingkungan di sektor pertanian menjadi topik pembicaraan setelah Revolusi Hijau digulirkan pada akhir 1960-an. Sejak program Revitalisasi Pertanian, Perikanan dan Kehutanan (RPPK) dideklarasikan oleh pemerintah, masalah lingkungan merupakan isu yang perlu diangkat dengan pengelolaan yang tepat. Di antara masalah-masalah lingkungan yang dominan di lahan pertanian, ada tiga dampak utama akibat kegiatan manusia, yaitu: (1) dampakpenggunaan sarana input produksi terhadap produksi pertanian dan lingkungan, (2) dampak sistem pertanian terhadap emisi gas rumah kaca, dan (3) dampak kegiatan industri dan perluasan perkotaan di lahan pertanian. Penggunaan pupuk yang berlebihan terutama pupuk nitrogen, pestisida, dan

siswa bahan kimia dari industri merupakan faktor utama yang menyebabkan terjadinya penurunan kualitas lingkungan di lahan persawahan.

Dalam Undang-Undang Nomor 22 tahun 2019 tentang Sistem Budidaya Pertanian Berkelanjutan yang merupakan pengganti Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1992 tentang Sistem Budidaya Tanaman, dijelaskan bahwa sistem pembangunan berkelanjutan perlu ditumbuhkembangkan dalam pembangunan di bidang pertanian melalui sistem budidaya pertanian untuk mencapai kedaulatan pangan dengan memperhatikan daya dukung ekosistem, mitigasi, dan adaptasi perubahan iklim guna mewujudkan sistem pertanian yang maju, efisien, tangguh, dan berkelanjutan.

Menurut Fahmi, dkk. (2004) penerapan konsep tersebut agar berkembang dan berbagai variasi sebutan seperti pertanian selaras alam, pertanian ramah lingkungan, pertanian pengendalian hama dan penyakit terpadu, pertanian organik dan berbagai sebutan lainnya. Gagasan pertanian berkelanjutan sendiri dikembangkan dalam rangka membangun kembali sistem pertanian yang mampu menjaga, memelihara dan melindungi keberlanjutan alam serta dalam rangka menegakkan kembali kedaulatan petani yang telah dihancurkan oleh pertanian modern (revolusi hijau).

Pertanian berkelanjutan adalah konsep yang kompleks dan dinamis yang spesifik waktu dan ruang, sehingga aplikasinya terus dikembangkan dan diperkaya. Mencapai dan memelihara keberlanjutan lingkungan, ekonomi dan sosial secara bersamaan tidak mudah karena pemangku kepentingan yang berbeda menekankan tujuan keberlanjutan yang berbeda dan ada jalur yang berbeda untuk mencapai tujuan yang berbeda (FAO, 2013). Menurut Jackson-Smith (2010) pertanian berkelanjutan bergantung pada interaksi dan ketahanan sistem ini agar adaptif, terus berkembang, tetap fungsional, tahan terhadap stres, menjadi produktif, menggunakan sumber daya secara efisien dan menyeimbangkan tujuan keberlanjutan pada semua skala.



Pretty (2008), menjelaskan bahwa saat ini fokus keberlanjutan adalah kebutuhan untuk mengembangkan teknologi dan praktik pertanian yang: (1) tidak memiliki dampak buruk terhadap lingkungan (karena lingkungan merupakan aset penting untuk pertanian), (2) dapat diakses dan efektif untuk petani, dan (3) mengarah padaperbaikan produktivitas pangan dan memiliki efek samping positif terhadap barang dan jasa lingkungan. Keberlanjutan dalam sistem pertanian menggabungkan konsep *resilience* (kapasitas sistem untuk mencegah guncangan dan tekanan) dan *persistence* (kapasitas sistem untuk melanjutkan dalam waktu lama), dan menangani outcomes ekonomi, sosial dan lingkungan yang lebih luas.

#### **E. Pertanian Organik**

Produk pertanian dikatakan organik jika produknya berasal dari sistem pertanian organik yang menerapkan praktek manajemen yang berupaya untuk memelihara ekosistem yang mencapai produktivitas berkelanjutan dan menyediakan pengendalian gulma, hama dan penyakit melalui berbagai bentuk seperti ; pendaur ulang residu tanaman dan hewan, rotasi dan seleksi pertanaman, manajemen air dan pengolahan tanah. Kesuburan tanah dijaga dan ditingkatkan melalui sebuah sistem yang mengoptimalkan aktivitas biologis serta fisik dan mineral tanah dengan tujuan untuk menyediakan masukan nutrisi yang seimbang untuk kehidupan tanaman dan hewan (Eviyati, 2016).

Sementara yang disebut dengan pertanian organik adalah kegiatan pertanian yang mengupayakan penggunaan asupan luar yang minimal dan menghindari penggunaan pestisida dan pupuk sintetis. Tata cara bertani dalam pertanian organik dapat digunakan untuk meminimalkan polusi udara, polusi tanah dan polusi air. Di Indonesia, yang disebut dengan produk pertanian organik ditetapkan dengan Standar Nasional Indonesia (SNI) Pertanian Organik no SNI 6729-2013. Pertanian organik adalah sistem manajemen produksi yang holistik untuk meningkatkan dan mengembangkan kesehatan agroekosistem termasuk keragaman hayati, siklus biologi dan aktivitas biologi tanah.

IFOAM (*International Federation of Organic Agriculture Movement*)

menyepakati ada 4 prinsip dasar pertanian organik, yaitu:

1. Prinsip Kesehatan: pertanian organik harus melestarikan dan meningkatkan kesehatan tanah, tanaman, hewan, manusia dan bumi sebagai satu kesatuan dan tak terpisahkan.
2. Prinsip Ekologi: pertanian organik harus didasarkan pada sistem dan siklus ekologi kehidupan. Bekerja, meniru dan berusaha memelihara sistem dan siklus ekologi kehidupan.
3. Prinsip Keadilan: pertanian organik harus membangun hubungan yang mampu menjamin keadilan terkait dengan lingkungan dan kesempatan hidup bersama.
4. Prinsip Perlindungan: pertanian organik harus dikelola secara hati-hati dan bertanggung jawab untuk melindungi kesehatan dan kesejahteraan generasi sekarang dan mendatang serta lingkungan hidup.

Departemen Pertanian (2007a), mendefinisikan pertanian organik sebagai sistem produksi pertanian yang holistik dan terpadu yang mengoptimalkan kesehatan dan produktivitas agro-ekosistem secara alami sehingga mampu menghasilkan pangan dan serat yang cukup, berkualitas, dan berkelanjutan. Deptan (2007b) menilai bahwa pertanian organik dapat dilakukan dengan empat cara yaitu:

- a. Menghindari penggunaan benih/bibit hasil rekayasa genetika (*genetically modified organisms*).
- b. Menghindari penggunaan pestisida kimia sintetis. Pengendalian hama dan penyakit dilakukan dengan cara mekanis, biologis, dan rotasi tanaman.
- c. Menghindari penggunaan zat pengatur tumbuh (*growth regulator*) dan pupuk kimia sintetis. Kesuburan tanah ditingkatkan dengan menambahkan residu tanaman, pupuk kandang, dan penanaman *legume*.
- d. Menghindari penggunaan hormon tumbuh dan bahan aditif sintetis dalam makanan ternak.

Tujuan Pengembangan Pertanian Organik Pertanian organik mampu menghasilkan bahan pangan dengan kualitas nutrisi tinggi dalam jumlah yang cukup. Menurut Deptan (2007b), tujuan pengembangan pertanian organik adalah:

- a. Meningkatkan pendapatan petani karena adanya efisiensi pemanfaatan sumberdaya dan nilai tambah produk.
- b. Menciptakan lingkungan kerja yang aman dan sehat bagi petani.
- c. Meminimalkan semua bentuk polusi yang dihasilkan dari kegiatan pertanian.
- d. Menjaga dan meningkatkan produktivitas lahan pertanian dalam jangka panjang, serta memelihara kelestarian sumberdaya alam dan lingkungan.
- e. Menciptakan lapangan kerja baru dan keharmonisan sosial pedesaan.
- f. Menghasilkan pangan yang cukup aman, berkualitas sehingga meningkatkan kesehatan masyarakat dan sekaligus meningkatkan daya saing produk agribisnis.

Menurut Sutanto (2002) penerapan sistem pertanian organik merupakan sistem pertanian yang dapat mengatasi masalah kerusakan lingkungan dan kesehatan yang diakibatkan teknologi revolusi hijau. Namun konsep ini memerlukan waktu yang relatif panjang untuk memasyarakatkannya. Beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam mengembangkan pertanian organik, dirangkum dalam tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang.

Tujuan jangka pendek yang ingin dicapai dalam mengembangkan pertanian organik adalah:

- a. Ikut serta menyukseskan program pengentasan kemiskinan melalui peningkatan pemanfaatan peluang pasar dan ketersediaan lahan petani yang sempit.
- b. Mengembangkan agribisnis dengan menjalin kemitraan antara petani sebagai produsen dengan para pengusaha.
- c. Membantu menyediakan produk pertanian bebas residu bahan anorganik dalam rangka ikut meningkatkan kesehatan masyarakat.

- d. Mengembangkan dan meningkatkan minat petani pada kegiatan budidaya organik baik sebagai mata pencarian utama maupun sampingan yang mampu meningkatkan pendapatan tanpa menimbulkan kerusakan lingkungan.
- e. Mempertahankan dan melestarikan produktivitas lahan, sehingga lahan mampu memproduksi secara berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan generasi sekarang dan mendatang.

Tujuan jangka panjang yang ingin dicapai dengan pengembangan pertanian organik antara lain:

- a. Melindungi dan melestarikan keragaman hayati serta fungsi keragaman dalam bidang pertanian.
- b. Memasyarakatkan kembali budidaya organik yang sangat bermanfaat dalam mempertahankan dan meningkatkan produktivitas lahan sehingga menunjang kegiatan budidaya pertanian yang berkelanjutan.
- c. Membatasi terjadinya pencemaran lingkungan hidup akibat residu pestisida dan bahan anorganik pertanian lainnya dan meningkatkan konservasi alam.
- d. Mengembangkan dan mendorong kembali munculnya teknologi pertanian organik yang telah dimiliki petani secara turun-temurun dan merangsang kegiatan penelitian pertanian organik oleh lembaga penelitian dan universitas.
- e. Membantu meningkatkan kesehatan masyarakat dengan cara menyediakan produk-produk pertanian bebas pestisida, residu pupuk, dan bahan anorganik pertanian lainnya.

## **F. Beras organik**

IRRI (2007) menyebutkan bahwa padi organik adalah padi yang disahkan oleh suatu badan independen, ditanam dan diolah menurut standar yang telah ditetapkan. Pada umumnya padi organik harus memenuhi persyaratan berikut:

1. Tidak menggunakan pestisida dan pupuk kimia sepanjang budi daya dan pengolahannya.

2. Kesuburan tanah dipelihara secara alami, antara lain melalui penanaman tanaman penutup (*cover crop*) dan penggunaan pupuk kandang yang dikomposkan serta sisa tanaman.
3. Tanaman dirotasikan untuk menghindari penanaman komoditas yang sama secara terus-menerus.
4. Pemanfaatan bahan nonkimia, seperti musuh alami untuk menekan serangan hama dan penyakit tanaman serta penyebaran jerami untuk menekan gulma.

### **G. Analisis Keunggulan Komparatif dan Kompetitif**

Analisis PAM digunakan untuk menganalisis secara menyeluruh dan konsisten terhadap kebijakan mengenai penerimaan, biaya usahatani, tingkat perbedaan pasar, sistem pertanian, investasi pertanian, dan efisiensi ekonomi. Ada 3 pokok bahasan yang dapat dijelaskan melalui pendekatan PAM yaitu :

- 1) PAM dapat digunakan untuk mengukur dampak kebijakan terhadap tingkat persaingan pada berbagai tingkat keuntungan (finansial dan ekonomis), pengaruh efisiensi ekonomi dan keunggulan kompetitif dalam kebijakan investasi dan efek perubahan teknologi terhadap pengembangan pertanian.
- 2) Efisiensi ekonomi atau keunggulan komparatif dalam investasi pertanian berdasarkan kesesuaian atau keunggulan teknologi dan kondisi alam (agroklimat). Berdasarkan keunggulan tersebut kebijakan penggunaan sumberdaya alam layak atau tidak dikembangkan melalui investasi dalam negeri atau luar negeri. Daya tarik investasi akan berdampak kepada peningkatan efisiensi dan percepatan pertumbuhan pendapatan nasional.
- 3) PAM erat kaitannya dengan rangkaian persoalan atau masalah dalam pengalokasian dana penelitian atau riset dibidang pertanian. Dengan PAM seorang peneliti dapat menentukan kebijakan utama terhadap peningkatan produksi pertanian dan mengurangi biaya sosial atau peningkatan keuntungan sosial (Monke dan Pearson, 1995).

Perhitungan model PAM dapat dilakukan melalui matrik PAM yang terdapat pada Tabel dibawah. Baris pertama adalah perhitungan berdasarkan harga finansial (privat) atau harga setelah ada kebijakan. Baris kedua merupakan perhitungan berdasarkan harga sosial dan baris ketiga merupakan selisih antara harga privat dan harga sosial yang menunjukkan adanya kebijakan terhadap input dan output. Baris ketiga merupakan selisih antara baris pertama dan kedua yang menggambarkan divergensi. Menurut Scott Pearson (2005), metode PAM dapat mengidentifikasi tiga analisis, yaitu analisis keuntungan (privat dan sosial), analisis daya saing (keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif), dan analisis dampak kebijakan.

Berdasarkan analisis PAM secara empiris, pendapatan dan biaya privat (simbol A, B, dan C) didasarkan pada data yang diperoleh dari usahatani maupun pengolahan hasil. Simbol D (keuntungan privat), diperoleh dengan menerapkan identitas keuntungan. Menurut kaidah identitas tersebut, D identik dengan  $A - (B+C)$ . Oleh karena itu, keuntungan privat pada PAM adalah selisih dari pendapatan privat dengan biaya privat. Menurut Pearson untuk mengukur daya saing, dilakukan perhitungan keuntungan privat, yaitu dari data bujet usahatani dan pengolahan hasil. Oleh karena itu, salah satu dampak penting dari kebijakan pertanian dapat ditunjukkan oleh baris pertama tabel 4 PAM.

Tabel 4. Policy Analysis Matrix

No	Uraian	Penerimaan	Biaya		Keuntungan
			<i>Tradeable</i>	<i>Non-tradeable</i>	
1	Harga privat	A	B	C	D
2	Harga sosial	E	F	G	H
3	Efek divergensi	I	J	K	L

Sumber : Monke dan Pearson, 1995

Keterangan :

Keuntungan Finansial	(D)	= A-(B+C)
Keuntungan Ekonomi	(H)	= E-(F+G)
Transfer Output (OT)	(I)	= A-E
Transfer Input Tradeable/Input (IT)	(J)	= B-F
Transfer Input Non-tradeable/Faktor (FT)	(K)	= C-G
Transfer Bersih (NT)	(L)	= I-(K+J)
Rasio Biaya Privat (PCR)		= C/(A-B)
Rasio BSD (DRC)		= G/(E-F)
Koefisien Proteksi Output Nominal (NCPO)		= A/E
Koefisien Proteksi Input Nominal (NCPI)		= B/F
Koefisien Proteksi Efektif (EPC)		= (A-B)/(E-F)
Koefisien Keuntungan (PC)		= D/H
Rasio Subsidi Bagi Produsen (SRP)		= L/E

Pada baris ke dua tabel 4. PAM, disajikan angka-angka yang dinilai dengan harga sosial (harga yang akan menghasilkan alokasi terbaik dari sumberdaya, dan dengan sendirinya menghasilkan pendapatan tertinggi). Huruf E adalah simbol pendapatan yang dihitung dengan harga sosial (pendapatan sosial), huruf F adalah simbol biaya input tradeable sosial. Huruf G adalah symbol biaya domestik sosial, dan huruf H adalah simbol keuntungan sosial. Sebuah negara akan mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dengan mengedepankan aktivitas-aktivitas yang menghasilkan keuntungan sosial yang tinggi (H positif yang besar). digunakan. Estimasi harga sosial ini kemudian dikalikan dengan jumlah output maupun input yang Pendapatan dan biayapada tingkat harga sosial (simbol E, F, dan G) didasarkan pada estimasi *thesocial opportunity costs* dari komoditas yang diproduksi dan input yang digunakan (yang juga digunakan untuk menghitung biaya maupun keuntungan privat pada baris pertama tabel PAM).

Estimasi harga sosial yang dilakukan yaitu untuk input dan output yang dapat diperdagangkan secara internasional, harga sosial dapat dihitung berdasarkan harga bayangan (*shadow price*) yang dalam hal ini didekati dengan harga batas

(*border price*). Untuk komoditi yang diimpor dipakai harga CIF (*Cost Insurance and Freight*), sedangkan komoditi yang diekspor digunakan harga FOB (*Free on Board*). Untuk input non tradable digunakan biaya imbangannya (*opportunity cost*), yang digali dari penelitian empirik di lapang. Simbol H (keuntungan sosial) diperoleh dengan menggunakan identitas keuntungan yaitu  $H = E - (F + G)$ . Dengan demikian keuntungan sosial adalah selisih antara penerimaan social (*social revenues*) dengan biaya sosial (Pearson, 2005).

Pada baris ketiga Tabel 4. PAM, disebut juga dengan baris *effect of divergences*. *Divergence* timbul karena adanya distorsi kebijakan atau kegagalan pasar. Kedua hal tersebut menyebabkan harga aktual berbeda dengan harga efisiensinya. Sel dengan simbol huruf I mengukur tingkat divergensi revenue atau pendapatan (yang disebabkan oleh distorsi pada harga output), simbol J mengukur tingkat divergensi biaya input tradeable (yang disebabkan oleh distorsi pada harga input tradeable), simbol K mengukur divergensi biaya faktor domestik), dan simbol L mengukur *net transfer effects* (mengukur dampak total dari seluruh divergensi). Efek divergensi dihitung dengan menggunakan identitas divergensi (*divergences identity*). Menurut Pearson (2005), semua nilai yang ada dibaris ketiga merupakan selisih antara baris pertama (usahatani yang diukur dengan harga aktual atau harga privat) dengan baris ke dua (usahatani yang diukur dengan harga sosial).

Menurut Pearson (2005), salah satu penyebab terjadinya divergensi adalah kegagalan pasar (*market failure*). Pasar dikatakan gagal apabila tidak mampu menciptakan harga yang kompetitif, yang mencerminkan social opportunity cost, yang menciptakan alokasi sumberdaya maupun produk yang efisien. Penyebab kedua terjadinya divergensi adalah kebijakan pemerintah yang distorsif. Kebijakan yang distorsif -diterapkan untuk mencapai tujuan yang bersifat —non-efisien (yaitu pemerataan atau ketahanan pangan) akan menghambat terjadinya alokasi sumberdaya yang efisien dan dengan sendirinya akan menimbulkan divergensi.



Secara teori, kebijakan yang paling efisien dapat dicapai apabila pemerintah mampu menciptakan kebijakan yang mampu menghapuskan kegagalan pasar, dan apabila pemerintah mampu mengesampingkan tujuan non-efisien dan menghapuskan kebijakan yang distorsif, maka divergensi dapat dihilangkan dan efek divergensi akan menjadi nol. Pada saat itu, entry yang ada pada baris pertama akan sama dengan yang ada pada baris kedua, yakni pendapatan, biaya, dan keuntungan privat akan sama dengan pendapatan, biaya, dan keuntungan sosial ( $A = E$ ,  $B = F$ ,  $C = G$ , dan  $D = H$ ).

Tahapan yang digunakan dalam perhitungan analisis PAM yang disarikan oleh Monke dan Pearson (1995) adalah sebagai berikut.

- 1) Mengidentifikasi seluruh input yang digunakan dan output yang dihasilkan dalam kegiatan yang akan dianalisis (*Evaluations of Input and Output*)
- 2) Memisahkan seluruh biaya kegiatan tersebut ke dalam komponen domestik dan asing atau tradeable dan non-tradeable (*disaggregating input cost into domestic factor and tradeable input component*)
- 3) Menentukan harga pasar dan menaksir harga bayangan input dan output

#### **a) Metode Penentuan Harga Bayangan**

Gittinger (1993) mendefinisikan harga bayangan sebagai harga yang akan terjadi dalam suatu perekonomian apabila pasar dalam keadaan persaingan sempurna dan dalam kondisi seimbang. Pada kenyataannya sulit menjumpai pasar dalam keadaan bersaing sempurna karena adanya berbagai gangguan akibat kebijaksanaan pemerintah seperti subsidi, pajak, dan penentuan harga upah.

Latar belakang digunakannya harga bayangan dalam analisis ekonomi adalah bahwa harga yang berlaku di pasar tidak mencerminkan harga yang sebenarnya diperoleh masyarakat melalui produksi yang dihasilkan dari aktivitas tersebut dan harga pasar juga tidak mencerminkan apa yang sebenarnya dikorbankan seandainya sejumlah sumberdaya yang dipilih dan digunakan dalam aktivitas

tertentu, tetapi tidak digunakan dalam aktivitas lain yang masih tersedia di dalam masyarakat (Gray, 1995).

Menurut Gittinger (1993), dalam proyek pertanian umumnya terdapat tiga macam dalam analisis ekonomis dimana lebih tepat digunakan harga bayangan daripada harga pasar. Ketiga hal tersebut adalah :

- (1) Nilai valuta asing  
Kurs valuta asing adalah rasio nilai antara mata uang domestik dengan mata uang lainnya. Kurs valuta asing ini dengan kata lain menunjukkan perbandingan nilai antara dua mata uang yang berbeda dalam perdagangan internasional. Nilai valuta asing yang sebenarnya mungkin terletak diantara nilai pasaran resmi dan nilai pasar gelap. Untuk menentukan harga bayangan valuta asing lebih baik didekati berdasarkan nilai resmi yang berlaku di negara tersebut.
- (2) Harga pasar internasional  
Harga pasar dunia lebih mencerminkan nilai sebenarnya. Harga bayangan dapat didekati melalui pasaran dunia. Kegiatan ekspor dan impor dapat digunakan sebagai penaksir harga bayangan.
- (3) Tenaga kerja  
Tenaga kerja tidak terlatih biasanya dinilai dengan harga bayangan di bawah tingkat upah yang berlaku dan tenaga kerja yang terlatih jarang didapat (langka), sehingga harga bayangannya dinilai di atas tingkat upah yang diterimanya untuk mencerminkan kelangkaannya.

#### **b) Harga Bayangan Output Dan Input**

- (a) Harga bayangan output  
Harga bayangan output dengan orientasi perdagangan antar daerah adalah harga di pedagang besar ditambah biaya tata niaganya.
- (b) Harga bayangan sarana produksi dan peralatan  
Menurut Gray (1995), harga bayangan input ditentukan berdasarkan border price atau harga perbatasan. Untuk input tradeable ditentukan

berdasarkan harga FOB dan harga CIF, sedangkan input non-tradeable dan indirectly traded ditentukan berdasarkan harga aktualnya atau harga pasar.

(c) Harga bayangan tenaga kerja

Menurut Gray et al. (1995), pasar tenaga kerja di Indonesia terutama tenaga kerja tak terlatih, tingkat upah yang diberikan seringkali melebihi biaya imbalannya, karena adanya campur tangan pemerintah dalam ketenagakerjaan. Harga bayangan tenaga kerja digunakan perhitungan seperti Gittinger (1993) yaitu harga tenaga kerja dinilai tiap tahun pada tingkat harga yang ditentukan dengan cara mengalikan upah yang diterima pada saat kelangkaan tenaga kerja dengan jumlah hari dalam satu tahun, dimana tenaga kerja benar-benar bekerja secara produktif.

(d) Harga bayangan lahan

Menurut Gittinger (1986), penilaian harga bayangan lahan dapat berupa nilai sewa aktual, harga beli maupun berupa pendapatan dari tanah untuk tanaman alternatif terbaik.

(e) Harga bayangan bunga modal

Harga bayangan modal adalah tingkat bunga tertentu atau tingkat pengembalian riil atas proyek-proyek pemerintah. Tingkat bunga modal ini diperlukan dalam menghitung biaya tunai yang dikeluarkan dalam proses produksi. Dalam perhitungan analisis finansial, besarnya bunga modal dihitung berdasarkan tingkat suku bunga yang berlaku di daerah penelitian.

(f) Harga bayangan nilai tukar

Harga bayangan nilai tukar adalah harga uang domestik dalam kaitannya dengan mata uang asing yang terjadi pada pasar nilai tukar uang yang bersaing sempurna. Menurut Gittinger (1986), hubungan antara nilai tukar resmi (Official Exchange Rate atau OER), nilai tukar bayangan (Shadow Exchange Rate (SER) dan faktor konversi baku *Standard Conversion Factor* (SCF) adalah :

$$SER = \frac{OER}{SCF} \dots\dots\dots (14)$$

$$SCF = \frac{M + X}{(M + T_m) + (X - X_t)} \dots\dots\dots (15)$$

Keterangan :

- M = Nilai impor (Rp)
- T<sub>x</sub> = Pajak ekspor (Rp)
- SCF = Faktor Konversi Baku
- X = Nilai ekspor (Rp)
- T<sub>m</sub> = Pajak impor (Rp)

### c) Keunggulan Kompetitif

Konsep keunggulan kompetitif digunakan untuk mengukur kebijakan suatu aktivitas keuntungan privat yang dihitung berdasarkan harga pasar dan nilai uang yang berlaku atau berdasarkan analisis finansial. Keunggulan kompetitif timbul didasarkan pada kenyataan bahwa perekonomian yang tidak mengalami distorsi sulit sekali ditemui di dunianya, yang menyebabkan keunggulan komparatif tidak dapat digunakan untuk mengukur daya saing suatu kegiatan ekonomi pada kondisi perekonomian aktual. Dalam matrik PAM, keunggulan kompetitif diterangkan melalui PCR atau *Private Cost Ratio*, yaitu merupakan rasio antara biaya input domestik dengan nilai tambah output atau selisih antara penerimaan finansial dan input asing finansial.

### d) Keunggulan Komparatif

Keunggulan komparatif merupakan ukuran daya saing potensial yang akan dicapai apabila perekonomian tidak mengalami distorsi sama sekali. Keunggulan komparatif dapat digunakan untuk membandingkan beragam kegiatan ekonomi (produksi) di dalam negeri terhadap perdagangan dunia (Gray et al. 1986) Keunggulan komparatif suatu komoditas diukur berdasarkan harga bayangan

(*shadow price*) atau berdasarkan analisis ekonomi yang akan menggambarkan nilai sosial atau nilai ekonomi sesungguhnya dari unsur harga maupun hasil.

Dalam matrik PAM, keunggulan komparatif diterangkan melalui *Domestic Resources Cost* (DRC), yaitu merupakan rasio antara biaya input domestik dengan nilai tambah output atau selisih antara penerimaan ekonomi dengan input asing ekonomi. Kriteria untuk menilai investasi khususnya dibidang produksi barang dan jasa yang bersifat dapat diperdagangkan (*tradeable*) adalah :

- (1) Sekarang diimpor atau diekspor
- (2) Bersifat pengganti yang erat hubungannya dengan jenis lain yang diimpor atau diekspor
- (3) Jenis barang atau jasa yang tidak termasuk kedalam kriteria (1) dan
- (4) karena adanya kebijaksanaan dari pihak pemerintah yang menghindari diimpor atau diekspornya jenis barang dan jasa tersebut.

#### **H. Elastisitas Transmisi Harga**

Elastisitas transmisi harga merupakan perbandingan perubahan harga di tingkat pengecer dengan perubahan harga di tingkat produsen/petani. Elastisitas transmisi harga digunakan untuk mengetahui persentase perubahan harga di tingkat produsen / petani akibat perubahan harga di tingkat konsumen. Analisis Elastisitas transmisi harga adalah analisis yang menggambarkan sejauh mana dampak perubahan harga suatu barang disatu tingkat pasar terhadap perubahan harga barang itu di tempat/tingkat pasar lainnya (Hasyim, 1994). Elastisitas transmisi harga merupakan perbandingan perubahan persentase dari harga di tingkat pengecer/ pemasar/konsumen (Y) dengan perubahan harga di tingkat petani/produsen (X), yang bertujuan untuk mengetahui melihat berapa besar perubahan harga di pasar pengecer/pemasar/konsumen (Y) akibat terjadinya perubahan harga sebesar satu satuan unit di pasar petani/produsen (X). Dari perubahan/hubungan tersebut secara tidak langsung dapat diperkirakan tingkat keefektifan suatu informasi pasar, bentuk pasar dan efektifan sistem pemasaran.

Apabila elastisitas transmisi harga lebih kecil dari satu ( $E_t < 1$ ) dapat diartikan bahwa perubahan harga sebesar 1% di tingkat pengecer akan mengakibatkan perubahan harga kurang dari 1% di tingkat petani dan bentuk pasar mengarah ke Monopsoni. Apabila elastisitas transmisi harga sama dengan satu ( $E_t = 1$ ), maka perubahan harga sebesar 1% di tingkat pengecer akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 1% di tingkat petani dan merupakan pasar persaingan sempurna. Apabila elastisitas transmisi harga lebih besar dari satu ( $E_t > 1$ ), maka perubahan harga sebesar 1% di tingkat pengecer akan mengakibatkan perubahan harga lebih besar dari 1% di tingkat petani dan bentuk pasarnya mengarah ke Monopoli.

Secara sistematis, elastisitas transmisi harga dirumuskan sebagai berikut (Azzaino 1982):

$$ET = \frac{\Delta Pf}{\Delta Pr} \cdot \frac{Pr}{Pf} \dots \dots \dots (16)$$

Dimana:

- $ET$  : Elastisitas transmisi harga
- $\Delta Pr$  : Perubahan harga di tingkat konsumen (*retail*)
- $\Delta Pf$  : Perubahan harga di tingkat produsen (*farmer*)
- $Pr$  : Harga di tingkat konsumen (*retail*)
- $Pf$  : Harga di tingkat produsen (*farmer*)

(Sudiyono, 2004) Elastisitas transmisi harga umumnya bernilai lebih kecil satu. Apabila nilai  $E_t$  suatu pasar lebih tinggi dari pasar yang lain, berarti pasar tersebut lebih efisiensi karena perubahan harga (fluktuasi) di tingkat produsen ditransmisikan dengan lebih sempurna ke konsumen (Syamsuri, 2002). Elastisitas transmisi harga digunakan untuk menjelaskan perbandingan persentase perubahan harga di tingkat pengecer dengan persentase perubahan harga di tingkat produsen. Analisis transmisi ini memberikan gambaran bagaimana harga yang dibayarkan konsumen akhir ditransmisikan kepada produsen. Dengan diketahui besaran elastisitas transmisi harga, maka dapat diketahui pula besar perubahan nisbi harga di tingkat pengecer ( $dPr/Pr$ ) dan perubahan harga di tingkat petani ( $dPf/Pf$ ).

## I. Penelitian Terdahulu

Tabel 5. Kajian Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
1.	Daya Saing Usaha Tani Padi Di Kecamatan Susukan Kabupaten Semarang Menggunakan Metode PAM(Policy Analysis Matrix) (Yoanes Krisostomos Nargy Justra Septarisco, Tinjung Mary Prihtanti, 2018).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui keuntungan usaha tani padi;</li> <li>2. Mengetahui keunggulan kompetitif dan komparatif usaha tani padi;</li> <li>3. Mengetahui dampak kebijakan terhadap usaha tani padi.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Policy Analysis Matrix</i> (PAM).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha tani padi di Kecamatan Susukan Kabupaten Semarang ini menguntungkan secara privat dan sosial. Keuntungan privat usaha tani sebesar Rp 15.295.170/Ha dan keuntungan social. sebesar Rp 795.039/Ha.</li> <li>2. Usaha tani memiliki keunggulan kompetitif dan komparatif. Keunggulan kompetitif terlihat dari nilai PCR &lt; 1 yaitu sebesar 0,428 dan keunggulan komparatif dari nilai DRCR &lt; 1 sebesar 0,935.</li> <li>3. Secara keseluruhan kebijakan input output berdampak pada usaha tani yang mendapatkan keuntungan dan proteksi dari kebijakan pemerintah untuk input output</li> </ol>
2.	Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Kentang Di Desa Erelembang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa (Ardi Rumallang, Jumiaty, Akbar dan Nadir, 2019).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui dan menganalisis struktur pasar kentang,</li> <li>2. Mengetahui dan menganalisis perilaku pasar</li> <li>3. Mengetahui dan menganalisis kinerja pemasaran kentang di desa erelembang.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis Deskriptif Kualitatif.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Secara kualitatif struktur pasar kentang di Desa Erelembang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa menuju kepada struktur pasar persaingan sempurna.</li> <li>2. Perilaku pasar kentang membentuk tiga saluran Pemasaran yaitu Pemasaran I (produsen – konsumen), Pemasaran II (Produsen – pedagang pengumpul - pedagang pengecer – konsumen), dan Pemasaran III (Produsen – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen).</li> <li>3. Kinerja pemasaran yang paling banyak memperoleh keuntungan pada pemasaran III Rp. 11.500,00/kg.</li> </ol>

Tabel 5. Lanjutan

No	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
3.	Analisis Struktur Pasar (Market Structure) Jagung di Kabupaten Grobogan (Endang Siti Rahayu, 2013).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendiagnosis struktur pasar (market structure) jagung.</li> <li>2. Memetakan dan menganalisis konsentrasi ratio pasar jagung</li> <li>3. Menganalisis elastisitas transmisi harga jagung di kabupaten grobogan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis kualitatif dan kuantitatif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Struktur pasar (market structure) secara kualitatif mendekati oligopoli dan monopsoni.</li> <li>2. Struktur pasar (market structure) secara kuantitatif ditunjukkan oleh nilai besarnya konsentrasi ratio. Berdasarkan perhitungan itu diperoleh hasil struktur pasar di tingkat pedagang desa bersifat oligopsoni konsentrasi tinggi yang menunjukkan bahwa pedagang memiliki tingkat kekuasaan yang tinggi dalam mempengaruhi pasar.</li> <li>3. Struktur pasar di tingkat pedagang kecamatan bersifat oligopsoni konsentrasi sedang yang menunjukkan bahwa pedagang memiliki tingkat kekuasaan yang rendah dalam mempengaruhi pasar. Struktur pasar di tingkat pedagang besar adalah oligopsoni konsentrasi tinggi.</li> </ol>
4.	Analisis Struktur dan Perilaku Padi pada Pemasaran Beras Organik Di Kabupaten Boyolali (Dwi Yuniarti, Endang Siti Rahayu, Dan Mohamad Harisudin, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis struktur dan perilaku lembaga pemasaran padi atau beras organik di kabupaten boyolali.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis pangsa pasar, konsentrasi, Herfindahl-Hirschman Index(HHI)</li> <li>2. Statistik deskriptif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penetapan harga padi organik ditentukan oleh pembeli berdasarkan harga yang berlaku saat ini. Struktur pasar padi organik yang terbentuk adalah oligopsoni. Perilaku pasar padi organik antara lain mayoritas responden segera menjual padi organik setelah panen, permodalan petani bergantung pada koperasi atau asosiasi pasar, penjual tidak berkolusi untuk menentukan harga serta tidak mengiklankan hasil panen sebelum dijual.</li> </ol>



Tabel 5. Lanjutan

No	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
5.	Analisis Daya Saing Usahatani Beras Organik di Provinsi Jawa Barat (Ulpah Jakiyah, 2017).	1. Mengetahui daya saing daengan melihat keuntungan kompetitif dan komparatif	1. <i>Policy Analysis Matrix</i> (PAM).	1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga varietas beras organik memiliki daya saing untukeskpor dengan adanya keunggulan kompetitif ( <i>Private Cost Ratio</i> ) dan komparatif ( <i>DomesticResource Cost Ratio</i> ) bernilai positif dan kurang dari satu. Penerimaan secara financial maupunsosial dapat memenuhi biaya input domestik. Namun keunggulan kompetitif dan komparatif bersifat lemah karena adanya biaya sertifikasi lahan yang mempengaruhi biaya domestik danbiaya kemasan.
6.	Analisis Struktur Perilaku Dan Kinerja Pasar ( <i>Structure, Conduct And Market Performan</i> ) Komoditi Padi Di Desa Bunga Raya Dan Desa Kemuning Muda Kecamatan Bunga Raya Kabupaten Siak (Novia Dewi, Jum'atri Yusri Ari Jolanda Saputra, 2017)	1. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur, perilaku dan kinerja pasar padi di kecamatan bunga raya kabupaten siak	1. Analisis Deskriptif, pangsa pasar ( <i>market share</i> ), konsentrasi rasio dan Indeks Herfindhal (HHI)	1. Struktur pasar beras adalah pasar oligopsoni karena dilihat dari jumlah pembeli yang relatif sangat sedikit,kemudian dilihat dari nilai market share, rasio konsentrasi dan <i>Indeks Herfindahl</i> dari pedagang manapun menunjukkan nilai yang tidak terlalu berbeda. Petani sebagai produsen adalah penerima harga ( <i>price taker</i> ), dimana petani sebagai produsen mendapatkan perubahan nilai harga lebih kecil dibandingkan dengan pedagang grosir sebagai konsumen. Margin pemasaran terlihat dari setiap saluran pemasaran yang terjadi menunjukkan bahwa margin dan keuntungan paling banyak didapat olehpedagang yang melakukan lebih banyak fungsi pemasaran.

Tabel 5. Lanjutan

No	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
7.	Analisis Daya Saing Dan Struktur Pasar Kayu Lapis Indonesia Di Pasar Internasional (Muhammad Izzuddin Al Qossam, 2019)	1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui daya saing dan struktur pasar kayu lapis indonesia di pasar internasional.	1. Analisis deskriptif dengan periode penelitiannya 2001-2015 dan analisis SWOT.	1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kayu lapis Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan memiliki daya saing, struktur pasar kayu lapis di pasar internasional adalah oligopoli, dan analisis SWOT dengan strategi ST yang dimana menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada pada komoditas kayu lapis Indonesia. Strategi ST adalah dengan meningkatkan mutu kayu lapis dengan cara mengurangi hambatan terkait biaya, fasilitasi regulasi, dan peningkatan peran lembaga pengawasan mutu dan perbaikan SDM nya
8.	Analisis Daya Saing Dan Dampak Kebijakan Terhadap Beras Organik Ekspor (Suatu Kasus Di Gapoktan Simpatik Kabupaten Tasikmalaya) (Tirsa Neyatri Bandrang, Ronnie S. Natawidjaja, Maman Karmana, 2015).	1. Menganalisis keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif beras organik ekspor, 2. Menganalisis dampak kebijakan pemerintah terhadap beras organik ekspor.	1. <i>Policy Analysis Matrix</i> (PAM).	1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beras organik ekspor memiliki keunggulan kompetitif dan komparatif. Ini digambarkan dari nilai indikator efisiensi perusahaan beras organik ekspor yaitu nilai PCR (0,275) dan DRC (0,031) yang bernilai kurang dari satu. 2. Kebijakan pemerintah terhadap input dan output secara keseluruhan berdampak menghambat produsen untuk memproduksi dan belum berjalan secara efektif. Namun, secara keseluruhan komoditas beras organik ekspor memiliki daya saing.

Tabel 5. Lanjutan

No	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
9.	Analisis Daya Saing Kacang Hijau Di Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep (Ribut Santosa, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui nilai keuntungan dan keunggulan</li> <li>2. Mengetahui dampak kebijakan pemerintah terhadap usahati kacang hijau</li> </ol>	<p>1. <i>Policy Analysis Matrix</i> (PAM).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usahatani kacang hijau yang ditanam di Desa Saronggi Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep menguntungkan dan mampu bersaing, serta layak untuk diusahakan. Usahatani kacang hijau memiliki keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif.</li> <li>2. Kebijakan pemerintah tidak memberikan dampak positif atau tidak berpihak baik dari segi output dan input tradable terhadap petani kacang hijau di Kabupaten Sumenep.</li> </ol>
10.	Struktur, Perilaku Dan Penampilan Pasar Beras Organik Di Desa Sumbergepoh (Uci Nurul Hidayati, Amanatuz Zuhriyah, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menganalisis struktur pasar beras organik di desa sumbergepoh kecamatan lawang kabupaten malang,</li> <li>2. Menganalisis perilaku pasar beras organik di desa sumbergepoh kecamatan lawang kabupaten malang,</li> <li>3. Menganalisis penampilan pasar beras organik di desa sumbergepoh.</li> </ol>	<p>1. Analisis Structure, Conduct, And Performance</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berdasarkan hasil penelitian, struktur pasar mengarah pada pasar oligopsoni.</li> <li>2. Perilaku pasar Terdapat dua saluran pemasaran yaitu 1) petani menjual gabah kepada pedagang pengumpul, kemudian dari pedagang pengumpul secara langsung dijual kepada konsumen. 2) Petani menjual gabah kepada pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul dititipkan kepada Apotek, lalu dari Apotek dijual secara langsung kepada konsumen. Hasil</li> <li>3. Penampilan pasar belum efisien karena share yang diperoleh petani <math>\leq 40\%</math>.</li> </ol>

Tabel 5. Lanjutan

No	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
11.	Analisis Struktur Pasar Malai Pandanwangi Di Desa Tegallega Kecamatan Warungkondang Kabupaten Cianjur (Farida Kuncana, 2018).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui dinamika harga malai pandanwangi di desa tegallega.</li> <li>2. Mengetahui penawaran dan permintaan malai pandan wangi di desa tegallega</li> <li>3. Mengetahui struktur pasar malai pandan wangi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis deskriptif dan kuantitatif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dinamika harga malai Pandanwangi pada Tahun 2013 – 2017 tidak mengalami perubahan, yaitu berkisar Rp. 5.000,00 – Rp. 5.500,00.</li> <li>2. Penawaran dalam 5 tahun terakhir, jumlah malai yang dibeli lembaga pemasaran berkisar pada 162.000 kg per tahun dan permintaan beras dalam 5 tahun terakhir berkisar pada 72.900 kg per tahun.</li> <li>3. Struktur pasar malai Pandanwangi di Desa Tegallega berdasarkan data hasil analisis menunjukkan pada pasar oligopsoni.</li> </ol>
12	Daya Saing Beras Pandanwangi, Beras Merah Dan Beras Hitam Di Wilayah Pemasaran Kabupaten Cianjur (Endah Lisarini Dan Adam Abdurrahman, 2018).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui tingkat daya saing beras pandanwangi, beras merah dan beras hitam</li> <li>2. Mengetahui perbedaan signifikan tingkat daya saing antara beras pandanwangi, beras merah dan beras hitam.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis deskriptif dan Uji T</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat daya saing antara beras Pandanwangi, beras merah dan beras hitam dari segi kualitas, harga dan ketersediaan berdasarkan tanggapan responden didapatkan bahwa tingkat daya saing tertinggi sampai dengan terendah berturut-turut adalah beras Pandanwangi, beras merah dan terakhir beras hitam.</li> <li>2. Dari hasil uji T diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan tingkat daya saing yang signifikan dalam hal kualitas, harga dan ketersediaan baik antara beras pandanwangi dengan beras merah, antara beras Pandanwangi dengan beras hitam dan antara beras merah dengan beras hitam.</li> </ol>

Tabel 5. Lanjutan

No	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
13.	Analisis Keunggulan Komparatif Dan Kompetitif Beras Solok Organik (Mardianto Dan Edi Firnando, 2017).	1. Mengetahui keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif beras solok organik dan untuk melihat dampak kebijakan pemerintah terhadap beras solok organik	1. Policy Analisis Matrik (PAM)	1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usahatani beras solok organik memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif dengan nilai PCR < 1 (0,103) dan DRCR < 1 (0,125), sehingga secara finansial usahatani beras solok sudah efisien dan memiliki potensi dalam perdagangan di pasar bebas
14.	Analisis Perbandingan Keunggulan Kompetitif Dan Komparatif Usahatani Kedelai Dan Padi Di Kabupaten Grobogan (Irvan Aji Saputra, Liska Simamora, Yuliawati, 2021).	1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai keunggulan kompetitif, keunggulan komparatif, keuntungan finansial dan keuntungan ekonomi dari usahatani kedelai dan padi di kabupaten grobogan	1. Policy Analisis Matrik (PAM)	1. Hasil Analisis menunjukkan jika Usahatani kedelai dan padi di Kabupaten Grobogan sama-sama memiliki keunggulan kompetitif dan komparatif terlihat dari hasil PCR yang menunjukkan nilai 0,30 dan 0,28, dengan nilai DRCR sebesar 0,44 dan 0,14 dimana nilai tersebut < 1. Usahatani kedelai dan padi di Kabupaten Grobogan juga memiliki keuntungan finansial senilai Rp. 6. 337. 411/ha dan Rp. 14. 713. 109/ha, dengan nilai keuntungan ekonomi sebesar Rp. 5. 318. 606/ha dan Rp. 33. 698. 996/ha.

Tabel 5. Lanjutan

No	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
15.	Analisis Daya Saing Ekspor Biji Kopi Indonesia Di Pasar Asean Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), (Rosfi Rahmania Effendi, Suhartini, 2017)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menganalisis spesialisasi perdagangan biji kopi indonesia di pasar ASEAN dalam menghadapi MEA,</li> <li>2. Menganalisis daya saing komparatif biji kopi indonesia di pasar ASEAN</li> <li>3. Menganalisis daya saing kompetitif biji kopi indonesia di pasar ASEAN.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis deskriptif</li> <li>2. Analisis ISP</li> <li>3. Analisis RCTA</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hasil penelitian ini adalah rata-rata nilai ISP dalam kurun waktu 20 tahun (1994-2013) Indonesia (0,68) dan Thailand (0,19) cenderung sebagai eksportir pada tahap pertumbuhan, sedangkan Vietnam (0,98) berada di tahap kematangan. Pada tahun 1994-2013 rata-rata nilai</li> <li>2. RCTA biji kopi Indonesia (1,64) dan Vietnam (7,09) yang memiliki daya saing komparatif. Berbeda dengan Thailand yang hanya -6,37 yang tidak memiliki daya saing komparatif.</li> <li>3. Rata- rata nilai XCi Indonesia (1,16), Vietnam (1,06), Thailand (1,48). Hal ini bahwa ketiga negara tersebut memiliki daya saing kompetitif terhadap biji kopi.</li> </ol>
16.	Analisis Daya Saing Komoditas Pertanian Dan Bahan Pangan Indonesia Di Pasar Kamboja, Laos, Myanmar, Dan Vietnam (Iwan Hermawan, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menganalisis daya saing komoditas pertanian dan bahan pangan indonesia di pasar clmv melalui aktivitas perdagangan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis Index Relative Trade Advantage (RTA)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hasil analisis dengan indeks RTA memberikan gambaran di mana sebagian besar dari komoditas pertanian dan bahan pangan Indonesia di pasar CLMV memiliki keunggulan perdagangan dan sebagian lainnya tidak memiliki keunggulan tersebut. Potensi pasar CLMV yang besar harus dapat dimanfaatkan oleh Indonesia dengan meningkatkan daya saing komoditas pertanian dan bahan pangan, termasuk menentukan komoditas pertanian dan bahan pangan yang menjadi prioritasnya</li> </ol>

Tabel 5. Lanjutan

No	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
17	<i>Competitive And Comparative Advantages Analysis Of Organik Rice Farmingin Karanganyar Regency, Central Java Province</i> (Anita Suharyati, Slamet Hartono, Lestari Rahayu, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menganalisis keuntungan finansial dan ekonomi dari usahatani padi organik di karanganyar.</li> <li>2. Menganalisis daya saing beras organik di kabupaten karanganyar ditinjau dari keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Policy Analisis Matrix (PAM)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berdasarkan analisis data diperoleh hasil bahwa usahatani padi organik di Kabupaten Karanganyar memiliki keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif yang ditunjukkan dengan nilai PCR dan DRC kurang dari satu. Keunggulan kompetitif beras organik di Kabupaten Karanganyar lebih besar dibandingkan keunggulan komparatifnya.</li> <li>2. Koefisien PCR sebesar 0,74 dan koefisien DRC sebesar 0,56. Dengan demikian usahatani padi organik di Kabupaten Karanganyar layak untuk dikembangkan dan memiliki daya saing yang baik di pasar domestik maupun pasar internasional.</li> </ol>
18.	Analisis Daya Saing Usaha Tani Jagung di Kabupaten Lampung Selatan (Lestari, Lestari, dan Abidin, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menganalisis daya saing usaha tani jagung di kabupaten lampung selatan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Policy Analisis Matrix (PAM)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha tani jagung di telah memiliki daya saing dengan nilai PCR sebesar 0,54 dan nilai DRCCR sebesar 0,80.</li> <li>2. Kebijakan pemerintah seperti subsidi pupuk, mengurangi jumlah impor jagung, dan penetapan tarif impor sebesar 5% berpihak pada petani karena dapat melindungi harga jagung domestik.</li> </ol>

Tabel 5. Lanjutan

No	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
19.	Daya Saing Komoditas Padi Sawah di Kecamatan Biboki Moenleu Kabupaten Timor Tengah Utara Provinsi Nusa Tenggara Timur (Joka dan Mambur, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menganalisis daya saing usaha tani padi sawah.</li> <li>2. Menganalisis dampak kebijakan pada harga <i>input</i> (subsidi pupuk) dan <i>output</i> (harga dasar gabah)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Policy Analysis Matrix (PAM)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha tani padi sawah memiliki keunggulan kompetitif nilai PCR sebesar 0,19 dan keunggulan komparatif nilai DRCR sebesar 0,13.</li> <li>2. Kebijakan pemerintah pada harga <i>input-output</i> berdampak nyata terhadap pendapatan petani padi sawah pada harga privat dengan nilai NPCO sebesar 1,13 dan nilai SRP sebesar 0,05.</li> </ol>
20.	Keunggulan Kompetitif dan Keuntungan Usaha Tani Padi di Kota Dumai (Yanti, Taruman, dan Elinur, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menganalisis keunggulan kompetitif dan keuntungan usaha tani padi.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Policy Analysis Matrix</i> (PAM).</li> <li>2. Analisis keuntungan (R/C).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha tani padi menguntungkan dan memiliki keunggulan kompetitif karena nilai PCR &lt; 1. Produksi padi di Dumai memiliki daya saing secara internasional yang ditunjukkan oleh rasio biaya domestik sebesar 0,58. Nilai keuntungan finansial maupun ekonomi adalah positif, artinya memiliki keunggulan kompetitif dan komparatif dalam menggunakan sumber daya ekonomi.</li> </ol>
21.	Analisis Daya Saing dan Saluran Pemasaran Ikan Kembung ( <i>Rastrelliger SP.</i> ) di Kabupaten Demak, Jawa Tengah (Novia, Mudzakir, dan Hapsari, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menganalisis keunggulan komparatif dan kompetitif makarel.</li> <li>2. Menganalisis margin dan efisiensi rantai pemasaran ikan kembung.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Policy Analysis Matrix</i> (PAM).</li> <li>2. Marjin Pemasaran.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keunggulan kompetitif ikan kembung dengan nilai DRC di TPI Morodemak dan TPI Wedung adalah 0,30 dan 0,13, sedangkan komparatif nilai PCR TPI Morodemak dan TPI Wedung adalah 0,65 &amp; 0,44.</li> <li>2. Nilai marjin tertinggi adalah pedagang besar yaitu Rp8.000,00, sedangkan nilai marjin terkecil adalah pedagang kecil yaitu Rp3.000,00.</li> </ol>

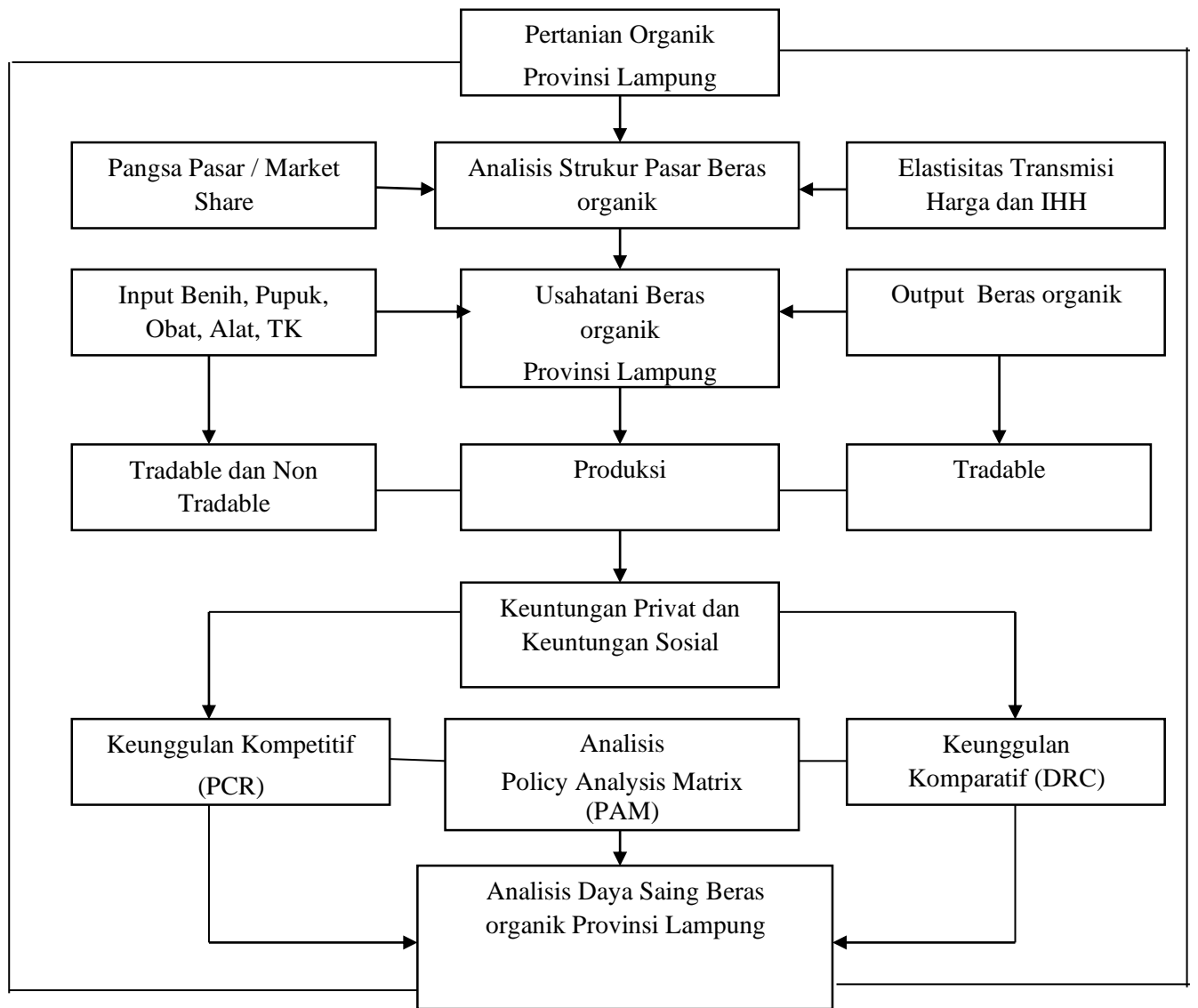


## J. Kerangka Pemikiran

Indonesia sebagai salah satu produsen beras organik perlu melakukan pengembangan terhadap usaha beras organik, karena permintaan akan beras organik cenderung meningkat setiap tahunnya. Hal ini menjadi potensi sekaligus peluang yang sangat baik dalam usaha beras organik. Seiring meningkatnya permintaan, namun belum mampu diimbangi oleh jumlah produksi dalam negeri. Data petani produsen beras organik cenderung stabil dan tidak mengalami peningkatan, padahal harga jual beras organik jauh lebih tinggi dari beras konvensional. Hal tersebut menjadi permasalahan yang akan dianalisis dalam penelitian, dimana Provinsi Lampung merupakan potensi yang sangat potensial dan strategis, banyak yang sudah membudidayakan beras organik. Untuk mengetahui karakteristik pasar beras organik, maka perlu dilakukan analisis struktur pasar beras organik yang berlaku pada pasar beras organik di Lampung. Kemudian menganalisis input output produksi beras organik, menganalisis keunggulan komparatif dan kompetitif untuk dapat menentukan daya saing beras organik di Provinsi Lampung.

Metode analisis yang digunakan diawali dengan analisis elastisitas transmisi harga, analisis IHH, kemudian dilanjutkan dengan metode Analisis DRCR dan PCR. Untuk mengetahui keunggulan komparatif dan kompetitif beras organik di Provinsi Lampung. Kompetitif artinya bersifat persaingan. Ingat saja kata kompetisi (*competition*) yang berarti persaingan. Sementara komparatif (bukan komperatif) artinya sesuatu yang bersifat dapat diperbandingkan (*compare* = membandingkan). Jika keunggulan komparatif berfungsi sebagai alat untuk mengukur keuntungan sosial dan dihitung berdasarkan harga sosial dan harga bayangan nilai tukar uang, maka keunggulan kompetitif berfungsi sebagai alat untuk mengukur keuntungan privat dan dihitung berdasarkan harga pasar dan nilai tukar resmi yang berlaku. Sehingga perlu diketahui seberapa besar daya saing dan seberapa kuat struktur pasar yang berlaku pada komoditas beras organik di Lampung.

Gambar 2. Kerangka Pemikiran



Gambar2. Kerangka Pemikiran Operasional

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Dasar**

Metode dasar penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode survei merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan menggunakan populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan terdapat hubungan sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2013). Menurut Sevilla (2006), metode survei mempunyai dua ruang lingkup, yaitu survei (survei sampel) dan sensus. Survei sampel merupakan informasi yang dikumpulkan dari sebagian populasi untuk mewakili seluruh populasi. Sensus adalah informasi yang dikumpulkan dari seluruh populasi. Tujuan survei adalah untuk mengumpulkan data sederhana atau menjelaskan hubungan variabel.

#### **B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional**

Konsep dasar dan batasan operasional ini mencakup pengertian yang digunakan untuk mendapatkan data yang akan dianalisis sehubungan dengan tujuan penelitian, didefinisikan sebagai berikut :

Benih adalah biji tanaman yang digunakan untuk tujuan pertanaman dan memperoleh simbol dari suatu permulaan.

Produksi total adalah hasil panen berupa beras organik, yang diperoleh dari lahan garapan selama setahun, sebelum dikurangi untuk konsumsi, dan disimpan untuk keperluan lain, diukur dalam satuan kilogram (Kg).

Input tradable adalah masukan dalam produksi yang dapat diperdagangkan secara Internasional, seperti pupuk, benih dan obat-obatan.

Non tradable adalah masukan dalam produksi yang tidak dapat diperdagangkan di luar negeri atau tersedia di dalam negeri.

Biaya total adalah jumlah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk usahatani beras selama satu musim, yang meliputi biaya tenaga kerja, benih, pupuk, obat-obatan, sewa tanah, nilai penyusutan alat, biaya panen, iuran, bunga kredit, dan pajak diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya tunai adalah biaya yang dikeluarkan oleh petani secara langsung dalam proses produksi atau usahatani satu musim. Contohnya : biaya pembelian benih, pupuk, upah tenaga kerja dari luar keluarga, diukur dalam satuan rupiah (Rp)

Biaya diperhitungkan adalah biaya yang dikeluarkan oleh petani yang tidak dalam bentuk modal tunai, tetapi dalam penggunaan faktor produksi dari dalam keluarga seperti lahan sendiri, dan tenaga kerja dalam keluarga, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Penerimaan total adalah nilai hasil yang diterima oleh petani yang dihitung dengan mengalikan jumlah produksi dengan harga jual beras, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Pendapatan usahatani adalah total penerimaan dari hasil penjualan hasil produksi dikurangi dengan total biaya selama proses produksi dalam satu kali periode produksi, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Harga pupuk adalah jumlah uang yang harus dibayarkan petani untuk membeli jenis pupuk kandang, kompos dan pupuk organik lain diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Harga beras adalah besarnya jumlah uang yang diterima petani pada saat menjual hasil produksi beras organik diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Kemitraan adalah kerjasama antara petani dengan pihak lain dalam usahatani, seperti kerjasama pinjaman modal atau benih, yang biasanya bersifat saling menguntungkan dengan sistem dan mekanisme yang telah disepakati bersama.

Daya saing usahatani beras organik didefinisikan sebagai kemampuan usahatani untuk tetap layak secara finansial (privat) pada kondisi teknologi usahatani, lingkungan ekonomi, dan kebijakan pemerintah yang ada.

*Policy Analysis Matrix* adalah suatu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui dampak kebijakan pemerintah dan kegagalan pasar dalam keuntungan privat dari sistem usahatani dan dalam efisiensi dari penggunaan sumber daya.

Harga pasar, harga privat atau harga finansial adalah tingkat harga riil yang diterima petani dalam penjualan hasil produknya atau tingkat harga yang dibayar dalam pembelian faktor produksi, diukur dalam rupiah (Rp).

Harga bayangan atau harga ekonomi adalah harga yang terdapat dalam suatu perekonomian apabila terjadi keseimbangan pada pasar persaingan sempurna, diukur dalam rupiah (Rp).

Keunggulan komparatif adalah keunggulan suatu wilayah atau negara dalam memproduksi suatu komoditas dengan biaya alternatif yang dikeluarkan lebih rendah dari biaya untuk komoditas yang sama di daerah yang lain dan diukur berdasarkan harga ekonomi.

Keunggulan kompetitif adalah keunggulan suatu komoditas yang dihasilkan dalam kegiatan produksi yang efisien sehingga memiliki daya saing di pasar lokal maupun internasional dan diukur berdasarkan harga privat atau harga finansial.

Rasio biaya sumberdaya domestik (DRC) merupakan rasio antara biaya input domestik dengan nilai tambah output atau selisih antara penerimaan ekonomi dengan input asing ekonomi.

Rasio biaya privat (PCR) adalah rasio antara biaya input domestik dengan nilai tambah output atau selisih antara penerimaan ekonomi dengan input asing ekonomi.

### **C. Lokasi, Waktu dan Responden Penelitian**

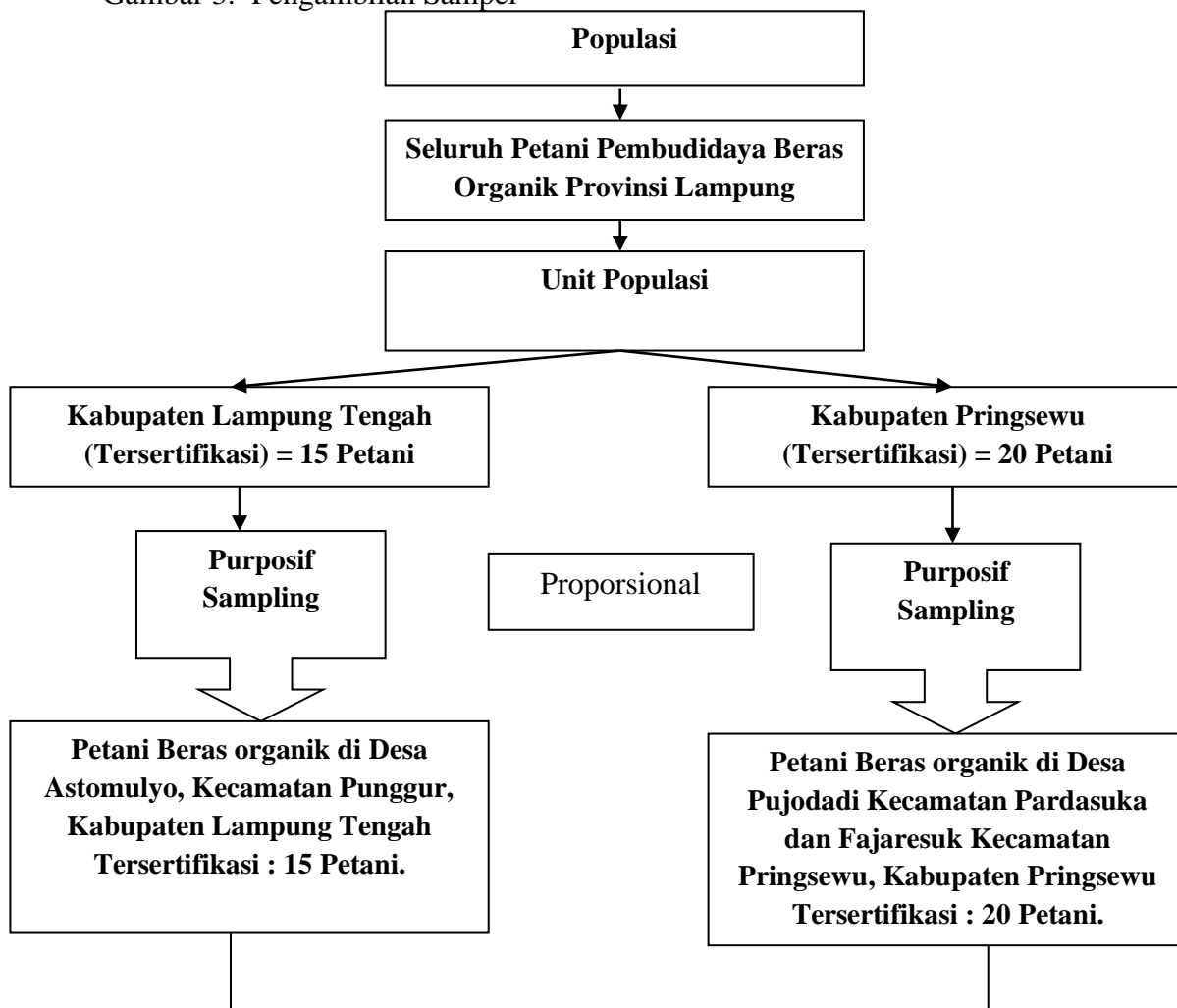
Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah dan Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu. Lokasi ini dipilih secara *Purposive Sampling* menyesuaikan tujuan penelitian, dengan pertimbangan karena lokasi ini merupakan penghasil beras organik di Provinsi Lampung dan yang sudah memiliki sertifikasi resmi beras organik. Data diambil dalam jangka waktu satu musim. Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan pada bulan September – Desember tahun 2022.

Penelitian ini menggunakan metode survey dan menggunakan alat analisis Elastisitas Transmisi Harga untuk menentukan struktur, perilaku dan keragaan pasar beras organik. Data yang diperoleh dari petani diolah menggunakan aplikasi SPSS untuk memperoleh hasil analisis yang efektif dan efisien. Hasil pengolahan data akan diinterpretasikan sesuai dengan landasan teori yang berlaku. Dalam pengukuran analisis daya saing beras organik digunakan metode analisis DRC dan PCR untuk melihat keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif beras organik.

Petani responden di masing-masing lokasi dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Purposive sampling adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif (Sugiyono, 2010). Jumlah petani yang digunakan sebanyak 35 orang. Terdiri dari 15 petani beras organik Kabupaten Lampung Tengah dan 20 petani Beras Organik Kabupaten Pringsewu. Jumlah sampel ini dipilih secara purposive sesuai tujuan penelitian. Penelitian analisis daya saing pada usahatani beras organik menggunakan metode Analisis DRC dan

PCR yang dikembangkan oleh Monke dan Pearson (1989). Kemudian metode elastisitas transmisi harga untuk menganalisis struktur pasar.

Gambar 3. Pengambilan Sampel



Gambar 3. Pengambilan Sampel Petani Beras Organik

#### D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang diambil terdiri dari dua jenis yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara menggunakan kuisioner dengan pihak Gapoktan, petani atau anggota kelompok tani, dan penyuluh pertanian setempat yang menunjang kegiatan budidaya beras organik di Provinsi Lampung. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik, Kementerian Pertanian, Pusat

Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian, IFOAM, dan FAO, melalui jaringan internet, buku, jurnal, dan literatur penelitian sejenis terdahulu.

## **E. Metode Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis daya saing beras organik, elastisitas transmisi harga, dan margin pemasaran. Adapun analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mengetahui saluran pemasaran beras organik. Metode analisis data yang digunakan dalam setiap tujuan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

### **1. Struktur Pasar**

Penelitian ini menganalisis jumlah populasi pada tiap lembaga pemasaran sehingga dapat dilakukan pengelompokan bentuk pasar pada lokasi penelitian apakah berbentuk pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar oligopoli, pasar monopsoni, atau pasar oligopsoni. Analisis yang digunakan yaitu analisis kualitatif melalui saluran pemasaran dengan melihat banyaknya lembaga yang terlibat dalam suatu saluran pemasaran yang dipengaruhi oleh jarak dari produsen ke konsumen, sifat komoditas, dan skala produksi. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, maka semakin banyak aktivitas yang dilakukan, semakin tinggi skala produksi, dan semakin kuat modal yang dimiliki.

### **2. Perilaku Pasar**

Perilaku pasar menggambarkan tingkah laku lembaga pemasaran dalam menghadapi struktur pasar tertentu untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi. Perilaku pasar pada penelitian ini dilakukan dengan perhitungan statistik antara harga beras organik di tingkat produsen dan konsumen. Analisis yang dapat dilakukan yaitu analisis koefisien korelasi harga dan analisis elastisitas transmisi harga yang dapat dijelaskan sebagai berikut :



### 1) Koefisien Korelasi Harga

Menurut Hasyim (2012), analisis korelasi harga menggambarkan perkembangan harga pada dua tingkat yang sama atau berlainan dan saling berhubungan melalui perdagangan. Hubungan antara harga yang diterima petani dan yang dibayar konsumen akhir merupakan fungsi linear dan melalui nilai korelasi ( $r$ ) dapat diketahui struktur pasar yang ada. Koefisien korelasi harga memberikan petunjuk mengenai derajat integrasi antar tingkat pasar.

Penelitian ini menggunakan rumus koefisien korelasi harga dari regresi yang dilakukan terhadap harga. Harga mempunyai hubungan linear dimana  $P_f$  merupakan fungsi dari  $P_r$  yang secara matematis dirumuskan sebagai berikut :

$$P_f = a + b P_r \quad \dots\dots\dots (17)$$

Keterangan :

$P_f$  = Harga di tingkat produsen

$P_r$  = Harga di tingkat konsumen

$a$  = Konstanta atau titik potong

$b$  = Koefisien regresi

Melalui persamaan tersebut, dapat diketahui nilai koefisien korelasi harga yaitu pada nilai  $b$ . Apabila nilai  $b = 1$ , artinya harga yang dibayar konsumen dan jumlah yang ditawarkan petani tidak berpengaruh terhadap margin pemasaran (margin konstan). Apabila  $b < 1$ , artinya struktur pasar tidak bersaing sempurna. Apabila  $b > 1$ , artinya fluktuasi kenaikan harga di tingkat produsen lebih besar dari fluktuasi harga di tingkat konsumen (Hasyim, 2012). Menurut Limbong (1999) dalam Yusriwandi, dkk (2018), integrasi pasar akan terjadi kuat apabila nilai  $b = 1$  atau  $0,5 < b < 1$ , dimana harga di tingkat produsen terintegrasi dengan harga di tingkat konsumen.

### 2) Elastisitas Transmisi Harga

Apabila elastisitas transmisi harga lebih kecil dari satu ( $E_t < 1$ ) dapat diartikan bahwa perubahan harga sebesar 1% di tingkat pengecer akan mengakibatkan perubahan harga kurang dari 1% di tingkat petani dan bentuk pasar mengarah

ke Monopsoni. Apabila elastisitas transmisi harga sama dengan satu ( $E_t=1$ ), maka perubahan harga sebesar 1% di tingkat pengecer akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 1% di tingkat petani dan merupakan pasar persaingan sempurna. Apabila elastisitas transmisi harga lebih besar dari satu ( $E_t>1$ ), maka perubahan harga sebesar 1% di tingkat pengecer akan mengakibatkan perubahan harga lebih besar dari 1 % di tingkat petani dan bentuk pasarnya mengarah ke Monopoli.

Secara sistematis, elastisitas transmisi harga dirumuskan sebagai berikut (Azzaino 1982):

$$ET = \frac{\Delta Pf}{Pr} \cdot \frac{Pr}{Pf} \dots\dots\dots(18)$$

Dimana:

- $ET$  : Elastisitas transmisi harga
- $\Delta Pr$  : Perubahan harga di tingkat konsumen (*retail*)
- $\Delta Pf$  : Perubahan harga di tingkat produsen (*farmer*)
- $Pr$  : Harga di tingkat konsumen (*retail*)
- $Pf$  : Harga di tingkat produsen (*farmer*)

Analisis elastisitas transmisi harga menurut Hasyim (2012) menggambarkan sejauh mana dampak dari perubahan harga barang di tingkat konsumen atau pengecer terhadap perubahan harga di tingkat produsen atau penghasil. Elastisitas transmisi harga diukur melalui regresi sederhana antara dua harga pada dua tingkat pasar lalu dihitung elastisitasnya dengan rumus sebagai berikut :

$$ET = \frac{\partial Pr}{Pr} \times \frac{Pf}{\partial Pf} \dots\dots\dots(19)$$

Harga mempunyai hubungan linear dimana  $Pf$  merupakan fungsi dari  $Pr$  yang secara matematis dirumuskan sebagai berikut :

$$P_f = a + b P_r \dots\dots\dots (20)$$

Melalui persamaan () dan () dapat diperoleh bahwa :

$$b = \frac{\partial P_f}{\partial P_r} \text{ atau } \frac{\partial P_r}{\partial P_f} = \frac{1}{b} \dots\dots\dots (21)$$

sehingga

$$ET = \frac{1}{b} \times \frac{P_f}{P_r} \dots\dots\dots (22)$$

Keterangan :

ET= Elastisitas transmisi harga

$\partial$  = Diferensiasi atau turunan

$P_f$  = Harga rata-rata di tingkat produsen

$P_r$  = Harga rata-rata di tingkat konsumen

$a$  = Konstanta atau titik potong

$b$  = Koefisien regresi

Kriteria pengukuran ET adalah :

- a)  $ET = 1$ , artinya perubahan harga di tingkat konsumen (pengecer) ditransmisikan 100 persen ke produsen sehingga pasar dianggap pasar persaingan sempurna dan mencapai efisiensi pemasaran.
- b)  $ET > 1$ , artinya laju perubahan harga di tingkat konsumen (pengecer) lebih besar dibanding laju perubahan harga di tingkat produsen sehingga pasar dianggap pasar tidak bersaing sempurna dan belum mencapai efisiensi pemasaran.
- c)  $ET < 1$ , artinya laju perubahan harga di tingkat konsumen (pengecer) lebih kecil dibanding laju perubahan harga di tingkat produsen sehingga pasar dianggap pasar tidak bersaing sempurna dan belum mencapai efisiensi pemasaran.

### 3) Konsentrasi Rasio (*Ratio Concentration*)

Konsentrasi rasio merupakan perbandingan antara jumlah barang yang dibeli oleh pedagang tertentu dengan jumlah yang di jual semua pedagang, kemudian dikalikan 100%. Struktur pasar dianalisis secara kuantitatif untuk menghitung konsentrasi pasar (*market concentration*). Konsentrasi rasio ( $K_r$ ) dapat diketahui dengan menggunakan rumus berikut:

$$K_r = \frac{\sum P_x}{\sum P_n} \times 100\% \dots \dots \dots (23)$$

Keterangan :

- $K_r$  = Konsentrasi Rasio
- $P_x$  = Jumlah barang yang dibeli oleh pedagang tertentu
- $P_n$  = Jumlah barang yang dijual oleh semua pedagang

### 4) Herfindahl-Hirschman Index (IHH)

Indeks Hirschman Herfindahl bertujuan untuk mengetahui derajat konsentrasi pembeli suatu pasar, sehingga bisa mengetahui gambaran umum imbalan kekuatan posisi tawar-menawar petani (penjual) terhadap pedagang (pembeli). Rumus IHH adalah sebagai berikut :

$$IHH = (K_{r1})^2 + (K_{r2})^2 \dots + (K_{rn}) \dots \dots \dots (24)$$

Keterangan :

- IHH = *Indeks Hirschman Herfindahl*
- n = Jumlah pedagang yang terdapat dalam suatu wilayah
- $K_{r1}$  = Pangsa pembelian komoditi dari pedagang ke-I ( $i=1,2,3 \dots n$ )

Kriteria :

Jika  $IHH = 1$  maka pasar mengarah pada monopsony

Jika  $IHH = 0$  maka pasar mengarah pada persaingan sempurna

Jika  $0 < IHH < 1$  maka pasar mengarah pada oligopsoni.

Struktur pasar yaitu menganalisis jumlah dan ukuran lembaga pemasaran dengan menghitung pangsa pasar (*market share*), konsentrasi rasio dan Indeks Herfindahl (HI). Pangsa pasar menunjukkan keuntungan yang diperoleh pedagang dari hasil penjualannya. Setiap pedagang memiliki pangsa pasar yang berbeda-beda yaitu antara 0 hingga 100% dari total penjualan seluruh pasar. Pangsa pasar (*market share*) adalah presentase total penjualan pada suatu target pasar yang diperoleh dari suatu pedagang (Sinaga dan Dewi, 2016).

Kriterianya adalah sebagai berikut :

- a) Monopoli murni, apabila suatu pedagang memiliki 100% dari pangsapasar.
- b) Pedagang dominan, apabila memiliki 80-100% dari pangsa pasar dan tanpa pesaingkuat.
- c) Oligopsoni ketat, apabila 4 pedagang terkemuka memiliki 60-100% dari pangsapasar.
- d) Oligopsoni longgar, apabila 4 pedagang terkemuka memiliki 40-60% pangsa pasar.
- e) Persaingan monopolistik, apabila banyak pesaing yang efektif tidak satupun yang memiliki lebih dari 10% pangsapasar.
- f) Persaingan murni, apabila lebih dari 50 pesaing, tapi tidak satupun yang memiliki pangsa pasar berarti.

### 3. Keragaan Pasar

Keragaan pasar pada penelitian ini merupakan gejala pasar yang tampak sebagai akibat dari interaksi antara struktur pasar dan perilaku pasar. Keragaan pasar pada

penelitian ini dilakukan dengan mengukur harga jual beras organik di tingkat produsen dan konsumen, biaya pemasaran beras organik, dan jumlah beras organik yang diperdagangkan. Keragaan pasar dapat diketahui melalui kegiatan pengamatan terhadap penjualan dan pembelian yang dilakukan setiap lembaga pemasaran, sistem penentuan harga dan pembayaran, serta sistem pembayaran. Analisis mengenai keragaan ubi pasar menggunakan analisis pangsa produsen, margin pemasaran, dan *Ratio Profit Margin* (RPM) yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1) Pangsa Produsen (*Farmers Share*)

Analisis pangsa produsen dilakukan untuk mengetahui bagian harga yang diterima produsen yang dinyatakan dalam persentase. Semakin tinggi pangsa produsen, maka kinerja pasar akan semakin baik dari sisi produsen. Pangsa produsen menurut Hasyim (2012) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$PS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\% \dots\dots\dots (25)$$

Keterangan :

PS = Bagian harga yang diterima produsen

Pf = Harga di tingkat produsen

Pr = Harga di tingkat konsumen

#### 2) Margin Pemasaran dan *Ratio Profit Margin* (RPM)

Menurut Hasyim (2012), margin pemasaran adalah perbedaan harga- harga pada berbagai tingkat sistem tataniaga atau dengan kata lain perbedaan harga di antara tingkat lembaga dalam sistem tataniaga atau perbedaan antara jumlah yang dibayar konsumen dan jumlah yang diterima produsen atas produk agribisnis yang diperjualbelikan. Secara matematis, margin pemasaran dapat dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

$$M_{ji} = P_{si} - P_{bi}, \text{ atau } \dots\dots\dots (26)$$

$$M_{ji} = b_{ti} + \pi_i, \text{ atau } \dots\dots\dots (27)$$

$$\Pi_i = M_{ji} - b_{ti} \dots\dots\dots (28)$$

Keterangan:

$M_{ji}$  = Marjin pemasaran tingkat ke-i

$P_{si}$  = Harga penjualan lembaga pemasaran tingkat ke-i

$P_{bi}$  = Harga pembelian lembaga pemasaran tingkat ke-i

$b_{ti}$  = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i

$\pi_i$  = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i

Penyebaran marjin pemasaran dapat dilihat berdasarkan persentase keuntungan terhadap biaya pemasaran (*Ratio Profit Margin* atau RPM). Perhitungan rasio marjin keuntungan menurut Hasyim (2012) dapat dilakukan dengan rumus :

$$RPM = \frac{\pi_i}{b_{ti}} \dots\dots\dots (29)$$

Keterangan :

RPM = *Ratio Profit Margin*

$\pi_i$  = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i

$b_{ti}$  = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i

Nilai RPM (*Ratio Profit Margin*) yang relatif menyebar merata pada tiap lembaga pemasaran merupakan cerminan dari sistem pemasaran yang efisien. Kriteria RPM dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Jika selisih RPM antara lembaga pemasaran sama dengan nol (0), maka sistem pemasaran tersebut dikatakan efisien.
- b) Jika selisih RPM antara lembaga pemasaran tidak sama dengan nol (0), maka sistem pemasaran tidak efisien.

#### 4. Analisis Daya Saing

Analisis yang digunakan untuk mengukur daya saing adalah analisis DRC dan PCR digunakan untuk menganalisis secara menyeluruh dan konsisten terhadap kebijakan mengenai penerimaan, biaya usahatani, tingkat perbedaan pasar, sistem pertanian, investasi pertanian, dan efisiensi ekonomi. Keterbatasan utama dalam DRC dan PCR adalah bahwa hasil analisis adalah untuk tahun dasar, sehingga apabila parameter utamanya (seperti harga dunia, nilai tukar, tingkat bunga dan pajak) berubah, hasil tersebut akan berubah pula. Meskipun demikian metode PAM dapat mengakomodir perubahan tersebut. Untuk itu, sebuah analisis sensitivitas (sebuah simulasi) harus digunakan untuk mengukur dampak perubahan tersebut.

##### a. Identifikasi input dan output

Usahatani beras organik menggunakan input yang meliputi lahan (ha), benih (kg), pupuk (kg), alat pertanian (unit), tenaga kerja (HKP), dan input pendukung lainnya. Output yang dihasilkan adalah beras organik.

##### b. Penentuan Alokasi Biaya

- Pendekatan langsung (*direct approach*), Pendekatan langsung diasumsikan bahwa seluruh biaya *input tradeable* baik impor maupun produksi domestik dinilai sebagai komponen biaya asing. Pendekatan ini digunakan apabila kebutuhan permintaan *input tradeable* baik barang impor maupun produksi domestik dapat dipenuhi dari perdagangan antar negara atau penawaran di pasaran internasional.
- Pendekatan total pada pendekatan ini setiap *input tradeable* produksi domestik dibagi ke dalam komponen biaya domestik dan biaya asing.



### c. Penentuan Harga Sosial

(1) Harga Sosial Output, adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Harga Sosial Output

No	Uraian	Rincian
1	Harga FOB beras organik (US\$/ton)	A
2	Pengapalan dan asuransi (US\$/ton)	B
3	Harga CIF (US\$/ton)	$c = a+b$
4	Nilai tukar (Rp/US\$)	X
5	CIF dalam mata uang domestic (Rp/kg)	$d = cxX/1000$
6	Bongkar/muat, gedung, susut (Rp/kg)	E
7	Biaya transportasi ke propinsi (Rp/kg)	F
8	Harga paritas impor di pedagang besar (Rp/kg)	$g = d+e+f$
9	Distribusi ke tingkat petani (Rp/kg)	H
10	Harga paritas impor di tingkat petani (Rp/kg)	$i = g-h$

Sumber : Diadaptasi dari Pearson dkk, 2005

Untuk input dan output yang dapat diperdagangkan secara internasional, harga sosial dapat dihitung berdasarkan harga bayangan (*shadow price*) yang dalam hal ini didekati dengan harga batas (*border price*).

(2) Harga Sosial Sarana dan Prasarana (Input), adalah sebagai berikut :

Tabel 7. Harga Sosial Sarana dan Prasarana (Input)

No	Uraian	Rincian
1	Harga CIF (US\$/ton)	A
2	Nilai tukar (Rp/US\$)	X
3	CIF dalam mata uang domestik (Rp/Kg)	$b = a. X/1000$
4	Bongkar/muat, gudang, susut	C
5	Biaya transportasi ke propinsi (Rp/Kg)	D
6	Nilai sebelum pengolahan (Rp/Kg)	$e = b+c+d$
7	Faktor konversi proses (%)	Y
8	Harga paritas ekspor di pedagang besar (Rp/Kg)	$f = e. Y$
9	Distribusi ke tingkat petani (Rp/kg)	G
10	Harga paritas impor di tingkat petani (Rp/kg)	$h = f+g$

Sumber : Diadaptasi dari Pearson dkk, 2005

Untuk komoditi yang diimpor dipakai harga CIF (*Cost Insurance and Freight*), sedangkan komoditi yang diekspor digunakan harga FOB (*Free on Board*). Tentunya dilakukan berbagai penyesuaian pada titik mana analisis akan dilakukan. Sedangkan untuk input *non tradeable* digunakan biaya imbangannya (*opportunity cost*), yang digali dari penelitian empiris di lapang.

### (3) Harga Sosial Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang dimaksud disini didefinisikan sebagai setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan yang menghasilkan barang dan/atau jasa yang berguna bagi dirinya sendiri ataupun masyarakat secara umum. Sedangkan menurut pendapat Simanjuntak, bahwa tenaga kerja adalah kelompok penduduk dalam usia kerja, dimana ia mampu bekerja atau melakukan kegiatan ekonomis dalam menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Tenaga kerja yang dipakai dalam usahatani yang akan diteliti adalah tenaga kerja tidak terampil dan peneliti berpendapat tidak ada divergensi di pasar tenaga kerja tidak terampil di pedesaan. Dengan demikian tingkat upah privat dapat digunakan sebagai penduga bagi tingkat upah sosial.

### (4) Harga Sosial Lahan

Lahan merupakan faktor biaya tetap dalam proses produksi pertanian. *Opportunity cost* lahan pertanian yang ditanami suatu komodititergantug nilai komoditi alternatif terbaiknya. Perhitungan nilai sosial lahan dilakukan dengan menerapkan prinsip SOC. Nilai sosial diperoleh dengan mengestimasi keuntungan lahan yang diperoleh dari komoditi alternatif terbaiknya. Faktor yang mempengaruhi harga lahan permukiman adalah luas bangunan, luas lahan, status kepemilikan, ketersediaan jaringan listrik, ketersediaan jaringan telekomunikasi, ketersediaan jaringan air bersih, jarak ke pusat kota, jarak ke jalan utama, jarak ke kantor pemerintah dan jarak ke sarana pendidikan.

#### (5) Harga Sosial Bunga Modal

Suryana (1980) mengemukakan bahwa harga sosial modal adalah tingkat bunga tertentu atau pengembalian riil atas proyek-proyek pemerintah, sedangkan tingkat bunga itu sendiri diperlukan untuk menghitung biaya tunai yang dikeluarkan dalam proses produksi usahatani. Estimasi tingkat bunga sosial harus dilakukan melalui pendekatan kira-kira (*Arbitrary rule of thumb*) yaitu pengalaman peneliti lain untuk negara berkembang dengan tahap pembangunan yang sama dengan Indonesia. Didasarkan pada pendekatan itu diduga tingkat bunga sosial diperoleh dari tingkat bunga finansial (aktual) ditambah dengan rata-rata tingkat inflasi.

#### **IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Provinsi Lampung merupakan salah satu wilayah potensial. Lampung terletak di bagian paling selatan Sumatera dengan Ibu Kota Bandar Lampung. Provinsi ini memiliki luas wilayah 35.376 km<sup>2</sup>. Wilayah tersebut terdiri dari 13 Kabupaten, 2 Kota, 227 Kecamatan, dan 2.643 Desa/Kelurahan. Menurut Data Pusat Statistik (BPS), Provinsi Lampung pada tahun 2020 memiliki populasi mencapai 9.007.848 jiwa.

Provinsi Lampung terletak pada titik koordinat 105° 45' -103° 48' Bujur Timur; serta diantara 30°45' dan 60°45' Lintang Selatan. Provinsi ini menyimpan potensi kelautan yang cukup besar menjadi salah satu roda penggerak ekonomi bagi masyarakatnya. Lampung mempunyai salah satu pelabuhan Bakauheni sebagai pelabuhan yang menghubungkan Pulau Sumatera dan Pulau Jawa. Selain itu juga Lampung memiliki pelabuhan Panjang, pelabuhan nelayan seperti Pasar Ikan (Telukbetung), Tarahan, dan Kalianda di Teluk Lampung, demikian mengutip laman BPK Provinsi Lampung. Provinsi Lampung berbatasan langsung dengan sejumlah wilayah di sekitarnya. Sebelah utara berbatasan dengan Provinsi Sumatera Selatan dan Provinsi Bengkulu. Kemudian, sebelah timur berbatasan dengan Laut Jawa. Sebelah selatan berbatasan dengan Samudera Indonesia. Sedangkan sebelah Barat berbatasan dengan Selat Sunda.

Provinsi Lampung merupakan daerah yang beriklim tropis dengan kondisi cuaca yang cukup panas dan juga banyak turun hujan. Musim kemarau berlangsung antara bulan Mei -September dan musim penghujan antara November – Mei. Angka hujan rata-rata tahunan mencapai 2.000 – 3.000 mm, bahkan di bagian barat mencapai 3.000 – 4.000 mm/tahun sedang di bagian timur Lampung Selatan 1.000 – 2.000 mm/tahun. Pada daerah ketinggian 30 – 60 m suhu rata-rata berkisar antara 26° C – 28° C. Suhu maksimum 33° C dan suhu minimum 22° C.

Rata-rata kelembaban udara antara 80% – 88% dan pada daerah yang lebih tinggi kelembabanya juga akan lebih tinggi lagi.

Luas lahan pertanian di Lampung tahun 2021 adalah 413.874 hektar. Luasan ini menurun dari tahun 2020 yang masih sebesar 433.308 hektar (Dinas Ketahanan Pangan Tanaman Pangan Dan Hortikultura Provinsi Lampung, 2021). Dengan luasan lahan yang sangat besar, menjadikan Lampung menjadi wilayah yang sangat potensial untuk pengembangan beras organik. Dari semua Kabupaten, hanya 4 Kabupaten yang telah memproduksi beras organik, yaitu Kabupaten Lampung Tengah, Kabupaten Pringsewu, Kabupaten Pesawaran dan Kabupaten Lampung Barat.

Jumlah total petani pembudidaya beras organik di Lampung adalah sebanyak 96 petani. Posisi Lampung di tingkat beras organik nasional adalah Lampung memiliki luasan lahan beras organik mencapai 55,4 hektar, sedangkan di tingkat Nasional Indonesia memiliki luasan lahan beras organik sebesar 215 hektar (Kementan, 2019). Jumlah ekspor beras organik nasional tahun 2021 adalah sebanyak 146,8 Ton, nilai ini menurun dari tahun 2019 yaitu sebesar 252 ton beras organik ekspor.

## **A. KEADAAN UMUM KABUPATEN LAMPUNG TENGAH**

### **1.) Geografis**

Kabupaten Lampung Tengah meliputi areal seluas 4. 559,57 Km<sup>2</sup> terletak pada bagian tengah Propinsi Lampung dengan Ibukota di Gunung Sugih. Secara geografis terletak pada kedudukan 104°35' sampai dengan 105°50' Bujur Timur dan 4°30' sampai dengan 4°15' Lintang Selatan, dan berbatasan dengan :

- Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kabupaten Tulang Bawang Barat
- Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kabupaten Lampung Timur.
- Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Kabupaten Pesawaran

- Sebelah Barat : Berbatasan dengan Kabupaten Lampung Barat

## **2.) Kondisi Fisik**

Kabupaten Lampung Tengah dibagi dalam 4 unit topografi, yaitu :

- Daerah berbukit dampai bergunung
- Daerah dataran alluvial
- Daerah rawa pasang surut
- Daerah river basin, yaitu daerah aliran sungai (DAS) Way Seputih dan Way Sekampung.

## **3.) Kependudukan**

Penduduk Kabupaten Lampung Tengah terdiri dari penduduk etnis Lampung dan Pendatang yang berbaur serasi dan harmonis. Penduduk asli yang bermukim di Kabupaten Lampung Tengah terdiri dari masyarakat Kebuaian Abung Siwo Migo dan masyarakat Pubian. Penduduk pendatang, terdiri dari kelompok masyarakat Semendo, Banten, Jawa, Bali, Batak dan berbagai suku yang ada di Indonesia. Jumlah penduduk di Kabupaten Lampung Tengah adalah 1.500.022 jiwa (BPS, 2022).

## **4.) Visi Misi Kabupaten Lampung Tengah**

Visi Kabupaten Lampung Tengah adalah “Mewujudkan Rakyat Lampung Tengah Berjaya”. Adapun misi-misinya adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan Taraf Kesehatan, Pendidikan, dan Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat (Indeks Pembangunan Manusia untuk Kesejahteraan Masyarakat).

- b. Meningkatkan Kualitas Infrastruktur yang Berwawasan Lingkungan Guna Efektivitas Pergerakan Pergerakan Manusia, Barang dan Jasa (Percepatan Infrastruktur).
- c. Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat melalui Peningkatan Prodksi Pertanian dan Perkuatan Kesehatan Pangan Stabilitas Harga Jual Hasil Tani Guna Menekan Angka Kemiskinan (Petani Berjaya).
- d. Menciptakan Kondisi Masyarakat yang Tertib, Aman, Damai serta Kondusif Guna Peningkatan Investasi Daerah (Stabilitas Keamanan).
- e. Meningkatkan Kualitas dan Pemerataan Pelayanan Publik Guna Mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan yang baik (*Good Governance*).

## **5.) Kondisi Pertanian Organik Lampung Tengah**

Kabupaten Lampung Tengah memiliki beberapa wilayah yang memproduksi padi organik salah satu nya di Desa Astomulyo Kecamatan Punggur, data terbaru 2022 menyebutkan bahwa luas lahan pertanian padi organik di Astomulyo, Punggur mencapai 5 hektar, yang mampu memproduksi padi organik per tahun sebanyak 26 ton beras putih, 6 ton beras merah dan 2 ton beras hitam. Permintaan masyarakat terhadap pangan beras mengalami peningkatan sedangkan ketersediaan padi organik masih sedikit atau terbatas. Sehingga usahatani padi organik lebih menjanjikan untuk dikembangkan. Selain itu, usahatani padi organik aman di konsumsi dan sekaligus ramah lingkungan (Soemartono, 2004).

### **I. Keadaan Umum Desa Astomulyo Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah**

#### **1. Sejarah Singkat Desa Astomulyo**

Kampung Astomulyo dibuka oleh Jawatan Transmigrasi pada tahun 1954, pada waktu kedatangan peserta transmigrasi hampir bersamaan dengan saat penebangan hutan untuk calon penempatan warga transmigrasi tersebut, maka terjadilah saling bahu membahu, bantu membantu dan kerjasama antar warga

anggota transmigrasi untuk mempercepat proses pembukaan hutan yang masih bersifat hutan rimba. Selanjutnya oleh pihak jawatan transmigrasi dibentuk 6 (enam) kelompok dari warga anggota transmigrasi tersebut. Masing-masing kelompok dibawah pimpinan Ketua Kelompok. Keenam kelompok tersebut ditempatkan dibedeng 8 (delapan) diwilayah Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah.

Jumlah anggota transmigrasi waktu itu terdiri dari 300 KK (Kepala Keluarga) yang pada umumnya berasal dari Propinsi Jawa Timur, antara lain dari Kabupaten Blitar, Tulung Agung, Trenggalek, Nganjuk, Kediri, dan sebagainya berasal dari Provinsi Jawa Tengah seperti Solo, dan sekitarnya dengan tujuan untuk mendapatkan lahan pertanian yang lebih layak.

Selanjutnya penduduk dari beberapa kelompok tersebut mengadakan musyawarah, khususnya musyawarah tentang pembentukan Desa/Kampung. Dari hasil musyawarah tersebut akhirnya disepakati untuk nama Desa/Kampung diambil nama Astomulyo, yang berasal dari kata Asto = Tangan dan Mulyo = Mulia. Jadi Astomulyo dapat diartikan sebagai Tangan Mulia. Dari keadaan Pra-Desa/Kampung akhirnya pada tanggal 15 November 1954 disahkan menjadi Desa/Kampung Astomulyo, yang dipimpin oleh seorang Kepala Desa/Kampung dan dibantu oleh satu orang carik, 6 (enam) orang kabayan, kamitua, jogoboyo serta beberapa RT dan perangkat Desa/Kampung lainnya.

## **2. Visi dan Misi Desa Astomulyo**

### **a) Visi**

Mewujudkan pemerintahan desa yang berorientasikan pada optimalisasi pelayanan masyarakat serta terwujudnya masyarakat sejahtera, dinamis, berwawasan lingkungan, dan bertakwa kepada tuhan yang maha esa.

### **b) Misi**

- 1) Mengembangkan dan membangun system pemerintahan desa professional



- 2) Mewujudkan pemerintahan desa yang bersih, amanah, dan transparan serta berorientasi pada optimalisasi pelayanan kepada masyarakat.
- 3) Mewujudkan lingkungan masyarakat yang bersih, aman, tertib dan teratur
- 4) Meningkatkan peran generasi muda dalam mewujudkan cita-cita pembangunan
- 5) Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan, kemasyarakatan, gotong royong, ketertiban dan keamanan.

### **3. Demografi Desa Astomulyo**

Berdasarkan batas wilayahnya Desa Astomulyo berbatasan dengan beberapa desa. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Buyut Ilir, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Ngestirahayu, sebelah barat berbatasan dengan Desa Mojopahit dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Tanggulangin. Posisi Desa Astomulyo mendukung aksesibilitas petani yang cukup mudah untuk memperoleh bahan-bahan pertanian dan dalam melakukan pemasaran nanas. Desa Astomulyo memiliki luas wilayah 3.050 hektar yang sebagian besar digunakan sebagai besar digunakan untuk kegiatan pertanian.

Astomulyo merupakan Desa yang terletak di kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah. Terbagi dari beberapa dusun yaitu Astomulyo dusun 1, Astomulyo dusun 2, sampai Astomulyo dusun 10 yang berada di umbul nanas. Penduduk rata-rata bersuku Jawa, mata pencaharian penduduk yaitu sebagian besar petani, peternak sapi, tani ladang, serta buruh. Pusat Desa Astomulyo berada di dusun 1 dan dusun 2. Desa Astomulyo dipimpin oleh Kepala Desa pada tahun 2013-2018 yaitu bapak Sriwidayat. Kepala Desa sebelumnya yaitu Alm. Bapak Dani, Sriwidayat, Mustofa dan untuk periode sekarang di pimpin oleh bapak Sriwidayat kembali. Hasil alam dari desa ini yaitu padi, nanas, semangka, ;karet, tenak sapi, kambing.

Jumlah penduduk di Desa Astomulyo per Desember 2020 adalah 6.676 jiwa, terdiri dari 3.435 laki-laki dan 3.241 perempuan. Jumlah kepala keluarga di

Desa Astomulyo sebanyak 2. 023 KK. Secara umum penduduk desa Astomulyo bermata pencaharian petani, buruh tani, karyawan dan lain-lain.

#### 4. Data Penduduk Berdasarkan Umur

Adapun data penduduk berdasarkan umur di Desa Astomulyo, Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah adalah sebagai berikut :

Tabel 8. Data Penduduk Berdasarkan Umur

No.	Indikator	Tahun 2020
1.	Anak-anak (0 – 15 Tahun)	1. 228 Orang
2.	Dewasa (16 – 55 Tahun)	4. 249 Orang
3.	Tua (>56 Tahun)	1. 197 Orang
<b>Total</b>		<b>6. 674 Orang</b>

Sumber : BP3K, Punggur, 2020.

Dari tabel di atas terlihat bahwa angka jumlah penduduk berdasarkan umur yang terbesar adalah angka usia produktif yaitu 4. 249 orang, penduduk kalangan anak-anak sebesar 1. 228, penduduk yang sudah tua sebesar 1. 197 orang pada tahun 2020. Dengan demikian besarnya jumlah angka produktif maka besar pula kebutuhan lapangan kerja.

#### 5. Tingkat Pendidikan Penduduk

Adapun tingkat pendidikan penduduk berdasarkan umur di Desa Astomulyo, Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah adalah sebagai berikut :

Tabel 9. Tingkat Pendidikan Penduduk

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Belum Sekolah	259	10.55
2.	SD	367	14.96
3.	SMP	1. 235	50.35
4.	SMA	429	17.49
5.	Akademi	124	5.05
6.	Sarjana	39	1.59

7.	Buta Huruf	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>2.453</b>	<b>100</b>

Sumber : BP3K, Punggur, 2020.

Dari tabel di atas diperoleh hasil bahwa tingkat pendidikan di Desa Astomulyo yang paling tinggi adalah tingkat Sekolah Menengah Pertama dengan jumlah 1.235 orang atau sebesar 50.35%. Tertinggi tingkat kedua adalah lulusan Sekolah Menengah Atas, dengan persentase sejumlah 17.49%.

## 6. Mata Pencaharian Penduduk

Adapun mata pencaharian penduduk di Desa Astomulyo, Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah adalah sebagai berikut :

Tabel 10. Mata Pencaharian Penduduk

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Petani	2.215	54.88
2	Buruh Tani	172	4.26
3	Tukang	37	0.92
4	Pedagang	325	8.05
5	Jasa	45	1.11
6	PNS/ASN	35	0.87
7	Swasta	1.145	28.37
8	ABRI	2	0.05
9	Lain-lain	60	1.49
	<b>Jumlah</b>	<b>4.036</b>	<b>100</b>

Sumber : BP3K, Punggur, 2020.

Dari tabel mata pencaharian penduduk Desa Astomulyo menunjukkan bahwa jenis pekerjaan masyarakat yang paling dominan adalah bekerja sebagai petani dengan jumlah total sebesar 2.215 orang atau 54.88 persen. Di susul peringkat kedua adalah jenis pekerjaan swasta sebesar 1.145 orang atau 28,37 persen. Hal ini menjadi landasan bahwa sangat tepat untuk mengembangkan pertanian di Desa

Astomulyo, sehingga dapat mensejahterakan petani dan keluarga tani. Mengingat jumlah paling banyak adalah sebagai petani.

## **B. KEADAAN UMUM KABUPATEN PRINGSEWU**

### **1.) Geografis**

Secara geografis Wilayah Kabupaten Pringsewu terletak pada posisi  $104^{\circ}42'$ - $105^{\circ}8'$ BT dan antara  $5^{\circ}8'$ - $6^{\circ}8'$ LS. Kabupaten Pringsewu mempunyai luas Wilayah daratan 625 km<sup>2</sup>, yang hampir seluruhnya berupa wilayah daratan. Potensi sumber daya alam yang dimiliki Kabupaten Pringsewu sebagian besar dimanfaatkan untuk kegiatan pertanian.

Persebaran spasial administratif Kabupaten Pringsewu adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Lampung Tengah.
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Tanggamus.
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Tanggamus.
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Pesawaran

### **2.) Kondisi Fisik**

Kabupaten Pringsewu merupakan daerah tropis, dengan rata-rata curah hujan berkisar antara 161,8 mm/bulan, dan rata-rata jumlah hari hujan 13,1 hari/bulan. Rata-rata temperatur suhu berselang antara 22,90C –32,40C. Selang rata-rata kelembaban relatifnya adalah antara 56,8% sampai dengan 93,1%. Sekitar 41,79% wilayah Kabupaten Pringsewu merupakan areal datar (0-8%) yang tersebar di Kecamatan Pringsewu, Ambarawa, Gadingrejo dan Sukoharjo. Untuk lereng berombak (8-15%) memiliki sebaran luasan sekitar 19,09% yang dominan terdapat di Kecamatan Adiluwih. Sementara kelerengan yang terjal (>25%) memiliki sebaran luasan sekitar 21,49% terdapat di Kecamatan Pagelaran dan Kecamatan Pardasuka.

### **3.) Kependudukan**

Berdasarkan UU Pembentukan Kabupaten Pringsewu jumlah penduduk Pringsewu pada tahun 2022 berjumlah 409.313 jiwa. Tercatat sebanyak 393.901 jiwa yang terdiri dari laki-laki 208.884 jiwa dan perempuan 200.429 jiwa. Sex Ratio penduduk atau perbandingan jumlah penduduk laki-laki dengan perempuan sebesar 104,22 yang berarti bahwa pada setiap 100 jiwa penduduk perempuan terdapat sekitar 104 penduduk laki-laki. Kepadatan penduduk rata-rata sekitar 625 jiwa per kilometer persegi.

### **4.) Visi Misi Kabupaten Lampung Tengah**

Visi merupakan gambaran tentang kondisi ideal yang diinginkan pada masa mendatang. Visi memperlihatkan gambaran keseluruhan terhadap kondisi yang akan dicapai secara jelas, ringkas, mudah diingat, memberi inspirasi, sebagai titik temu, memiliki fleksibilitas dan kreativitas dalam pelaksanaannya. Selanjutnya dengan mempertimbangkan capaian pembangunan selama lima tahun terakhir dan tantangan pembangunan yang dihadapi, maka visi pembangunan daerah tahun 2017-2022 adalah “Pringsewu Berdaya Saing, Harmonis Dan Sejahtera (Bersahaja)”.

Adapun misi – misinya adalah sebagai berikut :

- a. Peningkatan pembangunan infrastruktur pelayanan dasar masyarakat secara merata.
- b. Peningkatan kualitas SDM yang sehat, cerdas dan berkarakter melalui pelayanan kesehatan, pendidikan, keagamaan dan sosial kemasyarakatan.
- c. Meningkatkan perekonomian masyarakat yang berdaya saing dan berwawasan gender.

- d. Mempertahankan dan meningkatkan ketahanan pangan secara berkualitas dan berwawasan lingkungan.
- e. Penyelenggaraan tata kelola pemerintahan yang profesional dan bersih dalam situasi yang kondusif.

### **5.) Kondisi Pertanian Organik Lampung Tengah**

Kabupaten Pringsewu merupakan wilayah potensial yang sudah melakukan pembudidayaan beras organik dan sudah memiliki sertifikasi. Dua kabupaten tersebut memiliki luasan sebesar 45 % dari total 56 hektar luas lahan beras organik di Lampung. Walaupun demikian jumlah petani pembudidaya masih sangat terbatas. Minat serta ketertarikan petani masih sangat minim dikarenakan petani khawatir akan penurunan produksi dan banyaknya serangan hama penyakit. Di sisi lain biaya yang dikeluarkan untuk melakukan budidaya beras organik cukup tinggi, disertai perawatan yang cukup rumit karena tidak menggunakan bahan kimia sintetis (Dinas Ketahanan Pangan, 2021).

Menurut hasil survei, petani di Desa Pajar Esuk dan Pujodadi di Kecamatan Pringsewu lebih banyak membudidayakan padi anorganik dibandingkan dengan padi organik. Hal tersebut dikarenakan petani di desa tersebut belum mengenal budidaya sistem pertanian organik yang baik sehingga masih banyak petani yang memilih melakukan budidaya padi secara anorganik. Pada awalnya, petani belum mau mencoba budidaya padi organik, akan tetapi dengan adanya informasi yang didapat dari penyuluh Dinas Pertanian, saat ini petani sudah mulai mencoba melakukan budidaya padi secara organik (Juliantika, 2020).

Para petani membagi lahannya untuk menanam padi organik dan anorganik. Saat ini, petani sudah mulai menerima inovasi dan pengetahuan baru tentang cara budidaya padi organik yang lebih alami tanpa bahan kimia organik yang baik. Upaya peningkatan keberhasilan sektor padi organik tentunya tidak terlepas dari persepsi petani terhadap sistem pertanian organik. Hal ini karena persepsi sangat erat hubungannya dengan sikap, motif dan respon seseorang terhadap objek

tertentu yang dalam hal ini objek tersebut adalah sistem pertanian organik dan anorganik. Sampai sejauh ini jumlah petani pembudidaya padi organik di Kabupaten Pringsewu masih sangat terbatas, dikarenakan berbagai banyak factor yang dipertimbangkan, mulai dari pola budidaya, input, pengendalian hama penyakit sampai kepada problematika pemasaran.

Kondisi akses jalan utama di Kabupaten Pringsewu dapat dikatakan cukup baik, bahkan sampai ke pelosok jalan usahatani sudah cukup baik. Jalan ini memudahkan untuk transportasi kegiatan usahatani hingga pemasaran beras organik menuju konsumen. Kondisi jalan ini belum merata disemua wilayah, di berbagai desa lain masih banyak ditemukan kondisi jalan yang kurang baik. Sehingga ini menjadi salah satu tantangan para petani di Kabupaten Pringsewu. Ketersediaan input seperti pupuk kandang cukup melimpah, sehingga menjadi kekuatan khusus untuk budidaya beras organik.

## **I. Keadaan Umum Desa Fajaresuk Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu**

### **1. Sejarah Singkat Kelurahan Fajaresuk**

Kelurahan Fajaresuk Kecamatan Pringsewu dahulu berasal dari pecahan Pekon Fajaresuk Kecamatan Pringsewu Kabupaten Tanggamus. Muncul ide pemekaran yang kemudian musyawarahkan bersama oleh tokoh-tokoh Pekon Fajaresuk. Mereka memandang perlu adanya pemekaran karena telah dipenuhinya beberapa persyaratan pendukung untuk menjadi sebuah Kelurahan. Dengan beberapa tujuan diantaranya adalah untuk mempercepat laju pembangunan dan untuk memperpendek rentang kendali pelayanan administrasi bagi masyarakat, guna lebih meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Dengan semangat yang tinggi maka Tim pemekaran dan didukung masyarakat setempat memperjuangkan terbentuknya Kelurahan Fajaresuk. Walaupun ada

beberapa kendala dan pro-kontra terjadi, Alhamdulillah berkat perjuangan yang gigih semua bisa berjalan lancar dan terwujud.

Berdasarkan Peraturan Bupati Pringsewu: 24 Tahun Tahun 2011 tentang Pembentukan Tujuh belas Pekon di Kabupaten Pringsewu tanggal 21 November 2011 Kelurahan Fajaresuk secara definitif telah berdiri sendiri dan terpisah dari Pekon induknya yaitu Pekon Pringsewu. Kelurahan Fajaresuk secara resmi terbentuk definitive pada tanggal 17 April 2007.

## 2. Geografi Kelurahan Fajaresuk

Kelurahan Fajaresuk Kecamatan Pringsewu mempunyai luas 423,90 Ha, yang terdiri dari

- 1) Dusun Fajaresuk I : 79,5 Ha;
- 2) Dusun Fajaresuk II : 118,6 Ha;
- 3) Dusun Fajaresuk III : 132,5 Ha;
- 4) Dusun Padang Bulan : 93,3 Ha.

Kelurahan Fajaresuk berbatasan dengan beberapa pekon berikut :

- 1) Sebelah Utara berbatasan dengan Pekon Bumi Arum dan pekon Rejosari;
- 2) Sebelah Selatan berbatasan dengan Pekon Fajar Agung;
- 3) Sebelah Barat berbatasan dengan Pekon Bumi Ayu dan Pekon Gumuk Rejo;
- 4) Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Pringsewu Barat dan Kelurahan Pringsewu Selatan. Jarak/Orbitas dari Kantor Kelurahan Fajaresuk Ke Kantor Kecamatan Pringsewu ke  $\pm$  1 km, sedangkan jarak dari Kelurahan Fajaresuk ke Ibu Kota Kabupaten Pringsewu Propinsi dan Pusat Ibu Kota Negara Republik Indonesia adalah sebagai berikut:

Tabel 11. Jarak Kelurahan Fajaresuk

NO.	Dari Kelurahan Ke Ibukota	Jarak
-----	------------------------------	-------



1.	Kecamatan	2,0 Km
2.	Kabupaten	7,0 Km
3.	Propinsi	65,0 Km
4.	Negara RI	380,0 Km

Kelurahan Fajaresuk Kecamatan Pringsewu sampai saat ini hampir memasuki usia ke 10 tahun. Kelurahan Fajaresuk dengan segala keterbatasan fasilitas baik infra struktur maupun sarana lainnya, senantiasa berusaha baik melalui kegiatan gotong royong atau kegiatan lainnya mensejajarkan diri dengan Kelurahan lain yang ada di Kecamatan Pringsewu, sehingga peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakatnya dapat terwujud.

### 3. Demografis Kelurahan Fajaresuk

Adapun keadaan demografis Kelurahan Fajaresuk, Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu adalah sebagai berikut :

Tabel 12. Jumlah Penduduk Fajaresuk

No	Keterangan	Jumlah
1	Kepala Keluarga	1. 862 KK
2	Laki-Laki	3. 286 Orang
3	Perempuan	3. 222 Orang
4	Jumlah	6. 508 Orang

Sumber: Data Desa Pajarisuk 2022

Secara demografis jumlah penduduk 6. 508 jiwa yang terdiri dari 1.833 KRT, 1862 KK dengan jumlah laki-laki 3286 jiwa dan perempuan 3222 jiwa. Untuk jumlah penduduk menurut usia adalah sebagai berikut :

Tabel 13. Jumlah Penduduk Menurut Usia

No	Keterangan	Jumlah
1	0-12 Bln	189 Anak
2	1- 5 Tahun	297 Anak

3	5 – 7 Tahun	201 Anak
4	7-15 Tahun	185 Anak
5	15-56 Tahun	2845 Orang
6	56 Tahun	2791 Orang

Sumber: Data Desa Fajaresuk 2022

Rata-rata penduduk paling banyak di desa Fajaresuk adalah berumur 15-56 tahun dan 56 tahun ke atas. Hal ini dibuktikan berdasarkan data di atas bahwa persentase penduduk berumur di bawah 15 tahun sangat sedikit. Dapat dikatakan bahwa usia penduduk di desa Fajaresuk termasuk usia produktif.

Adapun jumlah penduduk menurut tingkat pendidikan di Kelurahan Fajaresuk, Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu adalah sebagai berikut :

Tabel 14. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

No	Keterangan	Jumlah
1	Tidak Tamat SD/Sederajat	301 Orang
2	Belum Tamat SD/TK/PAUD	267 Orang
3	SD / Sederajat	1561 Orang
4	SMP/ Sederajat	1899 Orang
5	SMA / Sederajat	1497 Orang
6	Diploma (D1-D3)	779 Orang
7	Sarjana (S1-S3)	213 Orang
8	Pondok Pesantren	75 Orang
9	Sekolah Luar Biasa	75 Orang
10	Khusus Keterampilan	11 Orang

Sumber: Data Desa Fajaresuk 2022

Penduduk di desa Fajaresuk paling banyak adalah dengan tingkat pendidikan SMP. Jumlah lulusan SMP hampir sama dengan jumlah lulusan SD dan SMA. Untuk lulusan sarjana masih terbilang sangat kecil. Adapun jumlah penduduk menurut mata pencaharian di Kelurahan Fajaresuk, Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu adalah sebagai berikut :

Tabel 15. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencarian

No	Keterangan	Jumlah
1	Pegawai Negeri Sipil	308 Orang
2	Anggota TNI / POLRI	180 Orang
3	Karyawan Swasta	289 Orang
4	Wiraswasta / Pedagang	905 Orang
5	Tani	2574 Orang
6	Pertukangan	312 Orang
7	Buruh	1253 Orang
8	Lain-lain	687 Orang

Sumber: Data Desa Pajarisuk 2022

#### **4. Topografi dan Klimatologi**

Kelurahan Fajaresuk berada pada ketinggian 95-113,75 m dari permukaan laut (dpl). Suhu udara 24 0 C – 300 C dengan curah hujan 2. 300-3000 mm. Sekitar 30% (120 Ha) lahan pada Kelurahan Fajaresuk merupakan lahan pertanian / sawah / kebun, selebihnya merupakan lahan pemukiman / pekarangan / irigasi / jalan, sehingga Kelurahan Fajaresuk terkenal dengan pertanian dan daerah wisata untuk wilyah Kabupaten Pringsewu.

#### **5. Potensi Yang Dimiliki**

- 1) Lahan Pertanian;
- 2) Potensi Wisata Talang Indah;
- 3) Potensi Wisata Rohani Goa Maria.

## **6. Visi dan Misi**

Untuk melaksanakan tugas dan fungsinya maka Kelurahan Fajaresuk mengacu pada visi Pemerintah Kabupaten Pringsewu. (Bersinda Termis) Bersih, Indah, Tertib Dan Agamis.

Berdasarkan visi tersebut maka Kelurahan Fajaresuk menetapkan misi sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan produksi pertanian;
- 2) Memperdayakan potensi agroklimak secara optimal;
- 3) Meningkatkan etos kerja;
- 4) Mendorong kemandirian;
- 5) Meningkatkan kondisi kantibmas;
- 6) Menjadikan Pringsewu sebagai pemasok komoditi hortikultura di Provinsi Lampung dan sekitarnya.

## **7. Kondisi Pertanian Organik Desa Fajaresuk**

Fajaresuk merupakan salah satu kelurahan di Kabupaten Pringsewu yang memproduksi beras organik yang sudah tersertifikasi. Kelompok Tani Padi Organik Sejahtera adalah salah satu kelompok tani yang ada di Kelurahan Fajaresuk yang satu-satunya melakukan usaha tani padi organik dan satu-satunya kelompok tani organik yang sudah tersertifikat di Kabupaten Pringsewu. Berdiri pada tahun 2013 dengan ketua Bapak Solah, dengan nomor register 18-10/KT-782 01 1001.

Penurunan jumlah anggota juga terjadi pada kelompok tani ini. Hal ini diakibatkan masih banyak petani yang masih meragukan perkembangan usaha tani beras organik. Pada saat awal berdiri jumlah anggota Kelompok Tani Padi Organik Sejahtera yang konsisten mengusahakan padi organik berjumlah 30 orang, dan sampai saat ini hanya tersisa 10 orang. Hal tersebut berimbas pada

luas lahan yang diusahakan semakin berkurang, pada awalnya luas sawah 10,25 hektar saat ini luas sawah tidak lebih dari 4 hektar, tetapi hal ini tidak membuat pengurus kelompok menjadi mundur bahkan mereka lebih bersemangat dan optimis membudidayakan padi organik karena jika dilihat dari jumlah produksi dan produktivitasnya cukup menguntungkan.

Varietas utama padi organik yang dikembangkan oleh kelompok tani organik Sejahtera adalah varietas Sintanur dan Mentiksusu, tetapi beberapa petani ada yang menggunakan varietas lain seperti Rojolele dan Pandanwangi. Dengan kondisi saat ini, kelompok tani masih aktif dan konsisten untuk memproduksi beras organik, karena telah mengetahui manfaat dan keuntungannya. Dengan kerjasama antar anggota kelompok tani, tingkat pengetahuan yang tinggi serta bantuan teknologi yang memadai, tidak menutup kemungkinan usaha budidaya beras organik ini akan semakin berkembang pesat. Terlebih seiring perkembangan zaman dan kesadaran akan gaya hidup sehat, pertanian beras organik ini akan semakin diminati oleh masyarakat dan petani.

## **J. Keadaan Umum Desa Pujodadi Kecamatan Pardasuka Kabupaten Pringsewu**

### **1. Sejarah Singkat Desa Pujodadi**

Diawal Tahun 1936, pada waktu itu Pekon Pujodadi masih hutan dan datang 7 (Tujuh) orang dari Jawa Tengah yang dipimpin oleh Bapak Atmo Pawiro membuka hutan tersebut dan membuka sebuah Pedukuhan yang bernama Pedukuhan Pujodadi, sekaligus Bapak atmo Pawiro menjadi seorang Kamituo sampai dengan Tahun 1946. Pada waktu itu Pedukuhan Pujodadi merupakan bagian dari Desa Wargomulyo Kecamatan Kedondong Kabupaten Lampung Selatan. Antara Tahun 1937 sampai dengan 1940 berturut-turut Pemerintah Hindia Belanda mengirim Transmigrasi dari Jawa ke Sumatera khususnya di Pedukuhan Pujodadi, dan Tahun 1947 sampai dengan Tahun 1952 Bapak Atmo Pawiro resmi menjadi Kepala Desa Pujodadi setelah memisahkan diri dari Desa

Wargomulyo. Mereka memandang perlu adanya pemekaran karena beberapa persyaratan sudah mendukung untuk menjadi sebuah desa. Dengan beberapa tujuan diantaranya adalah untuk mempercepat laju pembangunan dan untuk memperpendek rentang kendali pelayanan administrasi bagi masyarakat, guna lebih meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan semangat yang tinggi maka Tim Pemekaran dan didukung oleh masyarakat memperjuangkan terbentuknya Desa Pujodadi walaupun ada beberapa kendala dan pro-kontra terjadi. Alhamdulillah berkat perjuangan yang gigih semua bisa berjalan lancar dan terwujud.

## **2. Visi dan Misi**

**Visi :** *"(Pekon Pujodadi Agamis, Berkepribadian, dan Cerdas)"*

### **Misi :**

- 1) Bersama masyarakat memperkuat kelembagaan pekon yang ada
- 2) Bersama masyarakat dan Kelembagaan Pekon penyelenggaraan pemerintahan dan pelaksanaan pembangunan yang partisipatif
- 3) Bersama masyarakat dan Kelembagaan Pekon dalam mewujudkan Pekon Pujodadi yang aman, tentram dan damai
- 4) Bersama masyarakat dan Kelembagaan Pekon memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui sektor pertanian
- 5) Peningkatan kualitas pelayanan Pemerintah Pekon kepada masyarakat
- 6) Peningkatan kualitas dan kuantitas prasarana umum strategis dalam menunjang penghidupan dan ketahanan ekonomi masyarakat
- 7) Peningkatan peran aktif masyarakat didalam proses perencanaan maupun pelaksanaan pembangunan sumberdaya manusia dan stabilitas keamanan ketertiban masyarakat

## **3. Profil Wilayah Pujodadi**

Pekon Pujodadi Kecamatan Pardasukas Kabupaten Pringsewu mempunyai Luas Wilayah 46 Km<sup>2</sup> atau 470,4 Ha. Desa Pujodadi terletak pada ketinggian 95-113,75 Meter diatas permukaan laut, suhu udara berkisar antara 24°C - 30°C, dengan curah hujan 2. 300-3. 000 mm.

Batas-batas wilayah sebagai berikut :

Utara	: Pekon Kresnomulyo Kecamatan Ambarawa
Timur	: Pekon Ambarawa Kecamatan Ambarawa
Selatan	: Pekon Sidodadi Kecamatan Pardasuka
Barat	: Pekon Sukorejo Kecamatan Pardasuka

#### 4. Profil Masyarakat Pujodadi

Berdasarkan data desa pada bulan Februari 2020, jumlah penduduk Desa Pujodadi sebanyak 6484 orang. Jumlah Kepala Keluarga (KK) sebanyak 1605 KK. Jumlah penduduk Desa Pujodadi usia produktif pada tahun 2009 adalah 4746 orang. Jumlah angkatan kerja tersebut jika dilihat berdasarkan tingkat pendidikannya adalah sebagai berikut:

Tabel 16. Angkatan Kerja Masyarakat Pujodadi

No.	Angkatan Kerja	L	P	Jumlah	
1	Tidak Tamat SD		59	56	115
2	SD	880	792	1672	
3	SLTP	813	683	1496	
4	SLTA	725	673	1398	
5	Akademi	13	11	24	
6	Perguruan Tinggi	23	18	41	
Jumlah Total		2513	2233	4746	

Sumber: Data Desa Pujodadi 2020

Berdasarkan tabel tersebut angkatan kerja terbanyak adalah dengan tingkat pendidikan SD. Angkatan kerja yang paling sedikit adalah adalah lulusan

akademi. Tingkat pendidikan masyarakat yang sampai pada pendidikan tinggi masih belum cukup tinggi.

## **5. Profil Sosial Masyarakat**

Dalam aktivitas keseharian, masyarakat Desa Pujodadi sangat taat dalam menjalankan ibadah keagamaan. Setiap Rukung Tetangga (RT) dan pedukuhan memiliki kelompok-kelompok pengajian. Pada peringatan hari besar Islam, penduduk Desa Pujodadi kerap menggelar acara peringatan dan karnaval budaya dengan tema yang disesuaikan dengan hari besar keagamaan. Sebagian besar warga Desa Pujodadi terafiliasi pada organisasi kemasyarakatan Islam. Gelaran perayaan lain selalu dilakukan dalam rangka memperingati Hari Kemerdekaan Republik Indonesia. Setiap pedukuhan akan turut serta dan semangat menampilkan ciri khasnya dalam acara peringatan dan karnaval budaya.

Kelompok pemuda di Desa Pujodadi yang tergabung dalam kelompok pegiat Karang Taruna menjadi aktor utama dalam banyak kegiatan desa. Kelompok ini aktif menggelar program kegiatan untuk isu demokrasi kepada warga, penguatan ekonomi produktif, pelatihan penanggulangan bencana, dan kampanye Gerakan Remaja Sayang Ibu (GEMAS).

## **6. Profil Politik Masyarakat**

Warga Desa Pujodadi dikenal sebagai kelompok masyarakat yang paling aktif dan memiliki potensi tertinggi untuk berpartisipasi dalam pemberian suara untuk Pemilihan Umum dan Pemilihan Kepala Daerah Langsung. Tingkat partisipasi warga di desa ini terbanyak jika dibandingkan dengan desa lain.



## **7. Kondisi Pertanian Organik Desa Sidodadi**

Desa Sidodadi adalah Desa baru, pada saat itu Desa Sidodadi masih menjadi bagian dari wilayah Pemerintahan Desa induk Wargomulyo dimasa pemerintahan Bapak Zainal Abidin, berdasarkan Perda Kab. Tanggamus No : 03 Tahun 2002 tentang pembentukan Pekon di Kecamatan Pardasuka, maka Desa Sidodadi mengajukan permohonan pemekaran dan pada tanggal 13 Juni 2002 ditetapkan Pekon Sidodadi Kecamatan Pardasuka Kabupaten Tanggamus dengan urutan Pekon yang ke 18 di wilayah Kecamatan Pardasuka yang berada disebelah utara dari Desa Wargomulyo.

Potensi pertanian organik di desa ini cukup besar dibuktikan dengan adanya kelompok tani pembudidaya beras organik yang sudah tersertifikasi. Sertifikasi ini menjelaskan bahwa pola budidaya dan perawatan untuk menghasilkan beras organik sudah sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI) melalui sertifikat. Konsumen akan lebih yakin dengan produk yang telah memiliki sertifikasi dibandingkan dengan produk tanpa sertifikasi. Keanggotaan pembudidaya beras organik di desa Pujodadi juga mengalami penurunan, dengan berbagai motif dan alasan dari para petani. Kondisi jalan usahatani dan jalan utama tergolong baik, sehingga dapat memperlancar proses distribusi input maupun output.

## **VI. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian mengenai Analisis Struktur Pasar dan Daya Saing Padi Organik di Provinsi Lampung dapat disimpulkan bahwa :

1. Struktur pasar beras organik Provinsi Lampung berdasarkan analisis elastisitas transmisi harga memiliki nilai  $ET < 1$ . Artinya apabila elastisitas transmisi harga lebih kecil dari satu ( $ET < 1$ ) dapat diartikan bahwa perubahan harga sebesar 1% di tingkat pengecer akan mengakibatkan perubahan harga kurang dari 1% di tingkat petani dan bentuk pasar mengarah ke Oligopsoni.
2. Kekuatan struktur pasar yang berlaku yaitu struktur pasar bersaing secara tidak sempurna, karena struktur pasar yang terbentuk adalah oligopsoni. Konsentrasi struktur pasar terpusat pada oligopsoni power konsentrasi tinggi, sehingga persaingan pemasaran beras organik tidak bebas.
3. Analisis daya saing dengan menggunakan DRC dan PCR memberikan hasil nilai PCR beras organik Provinsi Lampung sebesar 0.2361 artinya beras organik Provinsi Lampung memiliki keunggulan kompetitif karena nilai PCR  $< 1$ . Nilai DRCR beras organik sebesar 0.2241 artinya adalah beras organik di Provinsi Lampung memiliki keunggulan komparatif, karena nilai DRCR  $< 1$ .

### **B. Saran**

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan, saran yang dapat diberikan adalah :

1. Bagi pemerintah Dinas Ketahanan Pangan, Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Lampung dan instansi terkait :

- a) Diharapkan mendukung dan membantu para pelaku agribisnis beras organik di Provinsi Lampung untuk dapat meningkatkan produktivitas beras organik yang baik dan benar atau sesuai dengan standar yang telah ditentukan sehingga mencapai tingkat produksi yang optimal serta memiliki daya saing yang tinggi.
- b) Dinas Ketahanan Pangan, Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Lampung diharapkan dapat menyusun kebijakan yang berpengaruh langsung pada peningkatan luas lahan budidaya beras organik di Provinsi Lampung.
- c) Dinas Ketahanan Pangan, Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Lampung diharapkan selalu melakukan pengawasan dan memberikan pendampingan kegiatan budidaya beras organik di tingkat petani agar proses produksi yang dilakukan petani lebih efektif dan efisien.
- d) Dinas Ketahanan Pangan, Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Lampung diharapkan dapat memberikan dukungan dan bantuan berupa sarana dan prasarana produksi, alsintan, sampai pada peralatan pasca panen untuk mendukung kemajuan petani beras organik di Provinsi Lampung.
- e) Dinas Ketahanan Pangan, Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Lampung, Dinas Perdagangan Provinsi Lampung dan Dinas Perindustrian Provinsi Lampung diharapkan dapat memfasilitasi atau membantu dalam menghubungkan pasar secara luas kepada pelaku usaha beras organik, sehingga hasil produksi beras organik dapat terserap oleh pasar dengan cepat dan tersebar secara meluas.

## 2. Bagi Petani selaku Pengusaha Beras Organik :

- a) Petani diharapkan terus berinovasi untuk meningkatkan produksi ubi kayu dengan penerapan inovasi teknologi budidaya, pascapanen, dan pengolahan hasil pertanian dalam rangka mencapai posisi tawar, daya saing, dan nilai tambah produk pertanian sehingga kualitas dan kuantitas komoditas yang dihasilkan meningkat, dengan diiringi dengan pendapatan petani yang semakin meningkat.

- b) Petani beras organik diharapkan mampu mengajak petani lain dan menambah jumlah anggota kelompok pembudidaya beras organik di Provinsi Lampung, hal ini diupayakan untuk mengembangkan usaha beras organik dan meningkatkan produksi beras organik se-Provinsi Lampung.
  - c) Petani dan kelompok tani pembudidaya beras organik diharapkan mampu untuk meregenerasi kelembagaan dan meningkatkan kinerja kelembagaan menjadi lebih baik lagi. Kelembagaan ini berfungsi untuk wahana edukasi, koordinasi dan kerjasama dalam mencapai tujuan bersama dan mengatasi berbagai macam problematika secara bersama.
3. Bagi pembaca dan peneliti lain dapat dijadikan sebagai informasi tentang daya saing dan struktur pasar beras organik di Provinsi Lampung, sebagai motivasi, dan rujukan dalam upaya pengembangan penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akitasan, A. 2004. Margin Pemasaran. LP3ES UI : Jakarta.
- Al Qossam, M.I. 2019. Analisis Daya Saing Dan Struktur Pasar Kayu Lapis Indonesia Di Pasar Internasional. Universitas Brawijaya. Malang.
- Anastasius. 2019. Profil Komunitas Petani Organik Astorahayu. Lampung Tengah. Punggur.
- Andoko, A.2008. Budidaya Padi Secara Organik. Penebar Swadaya : Jakarta.
- Anggraini, R. D., Wibowo, R., & Rondhi, M. 2018. Analisis Pemasaran Beras Organik Di Kabupaten Bondowoso, Market Analysis Of Organic Rice In Bondowoso. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)* Vol.2, No.5 , 417-425.
- Asosiasi Organik Indonesia. 2015. *Statistik Pertanian Organik Indonesia*. Bogor: Asosiasi Organik Indonesia.
- Astuti, F. K., Kholil, A. Y., & Mutiara, F. 2020. Ekonomi Manajerial. Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Bidang Pertanian. Unitri Press : Malang.
- Azzaino, Z. 1982. Pengantar Tataniaga Pertanian. Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian IPB. Bogor.
- Badan Pusat Statistik. Luas Panen dan Produksi Padi Tahun 2021.
- Bandrang, T. N., Natawidjaja, R. S., & Karmana, M. 2015. Analisis daya saing dan dampak kebijakan terhadap beras organik ekspor (studi kasus di gapoktan simpatik kabupaten tasikmalaya). *Jurnal ilmu pertanian dan peternakan* Vol 3, No 1 , 1-14.
- Basirun., Buse & Brandow. 1991. Analisis Pemasaran. Bumi Aksara : Jakarta.
- Dahl, D.C., dan Hammond, J.W. 1997. *Market and Price Analysis The Agricultural Industry*. Mc. Grawhill Book Company. New York.

- Dewi, N., Yusri, J., & Saputra, A.J. 2017. Analisis Struktur Perilaku Dan Kinerja Pasar (Structure, Conduct And Market Performan) Komoditi Padi Di Desa Bunga Raya Dan Desa Kemuning Muda Kecamatan Bunga Raya Kabupaten Siak. *Jurnal Agribisnis* Vol 19 No. 1, 1412 – 4807.
- Departemen Pertanian. 2007. *Roadmap Pengembangan PertanianOrganik 2008-2015*. Jakarta.
- Dinas Ketahanan Pangan, Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Lampung. 2021.
- Downey dan Trocke. 1981. Teori Marketing. Bina Aksara : Jakarta.
- Effendi, R. R., dan Suhartini. 2017. Analisis Daya Saing Ekspor Biji Kopi Indonesia Di Pasar Asean Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* : Vol. 1 No. 1, 22-32.
- Eviyati, R. 2016. Pertanian Organik Dalam Berbagai Perspektif. *Agrijati Jurnal*, Vol. 4, No. 1,18-21.
- Fahmi, dkk. 2004. Pertanian Organik Mewujudkan Kedaulatan Pangan Melawan Neoliberalisme. Federasi Serikat Petani Indonesia – FSPI : Jakarta.
- FAO. 2013. Food and Agriculture Organization. (Volume 1).
- FIBL. 2019. Research Institute of Organic Agriculture, Lahan Pertanian Organik di Kawasan Asia.
- George P.S. dan King. 1971. Consumer Demand for Food Commodities In The United States With roject For 1980. Gianini Foundation Monograph No.26.
- Gittinger, J. Price. 1986. Analisa Ekonomi Proyek-proyek Pertanian. Penerjemah Slamet.
- Gittinger, J. P. 1993. Analisa Proyek-proyek Pertanian. UI Press. Jakarta.hal 597.
- Gray, et. al. 1995. Corporate Social and Environmental Reporting: A Review Of Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure. *Accounting, Audiitng, and Accountability Journal*, Vol.8 No 2: 47-76.
- Hartati, A. 2020. Distribusi Pendapatan Petani Padi Organik Di Kabupaten Purbalingga Propinsi Jawa Tengah. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, Vol. 8, No.2 , 95-105.

- Hasibuan, N.1993. *Ekonomi Industri: Persaingan, Monopoli,dan Regulasi*. LP3ES, Jakarta.
- Hasyim, A. I. 1994. *Tataniaga Pertanian Diktat Kuliah Fakultas Pertanian Universitas Lampung*. Bandar Lampung.
- Hasyim, A.I. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Hay, D.A dan Moris, D, D., J. 1991. *Industrial Economic & Organization, Theory & Evidence*. Second Edition. Oxford University Press.
- Hermawan, I. 2017. *Analisis Daya Saing Komoditas Pertanian Dan Bahan Pangan Indonesia Di Pasar Kamboja, Laos, Myanmar, Dan Vietnam*. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI.
- Hidayati, U.N., & Zuhriyah, A. 2020. Struktur, Perilaku Dan Penampilan Pasar Beras Organik Di Desa Sumberngepoh. *Jurnal Agriscience*, Vol.1, No. 1, 339-351.
- International Federation of Organic Agriculture Movement. (2014). *Organic Agriculture Worldwide "Global Data and Survey Background"* . *Research Institute of Organic Agriculture (FiBL)* , Switzerland.
- International Rice Research Institute, 2007. "*Organic rice. Fact sheets, Rice Knowledge Bank*".
- Ismono, H & Restiana. 2011. Pola Distribusi dan Efisiensi Pemasaran Jagung di Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Ilmiah ESAI*, Vol. 5, No. 1, 20-30.
- Istiqomah, A., Nindyantoro., & Novindra. 2019. Analisis Land Rent dan Daya Saing Pertanian Padi Organik di Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal of Agriculture, resource dan environmental economics*.
- Jackson-Smith. 2010. *Toward Sustainable Agricultural Systems in the 21<sup>st</sup> Century*. National Academies Press.
- Jakiyah, U. 2017. Analisis Daya Saing Usahatani Beras Organik Di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Hexagro*, Vol. 1. No. 1, 38-42.
- Jakiyah, U., & Nurhidayah, S. 2019. Efisiensi Ekonomis Usahatani Padi Organik Di Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Hexagro*, Vol. 3, No.1, 41-50.
- Juliantika. 2020. *Persepsi Petani Terhadap Sistem Pertanian Organik dan Anorganik Dalam Budidaya Padi Sawah*.

- Junaedi, M., Daryanto, H. K., Sinaga, B. M., & Hartoyo, S. 2016. Technical Efficiency And The Technology Gap In Wetland Rice Farming In Indonesia : A Metafrontier Analysis. *International Journal of Food and Agricultural Economics* Vol.4, No.2, 39-50.
- Kardinan, A. 1999. *Pestisida Nabati*. Penebar Swadaya : Jakarta.
- Kesuma, D.B. 2015. Analisis Jenis Material Kemasan Keripik Gadung Produksi Kelompok Usaha Tani Rekso Bawono. Prambanan : Sleman.
- Kementerian Pertanian. 2019. *Beras Organik Indonesia Diminati Pasar Ekspor*.
- Kuncana, F. 2018. Analisis Struktur Pasar Malai Andanwangi Di Desa Tegallega Kecamatan Warungkondang Kabupaten Cianjur. *Agroscience* Vol 8 No. 2, 189-197.
- Kuncoro, M. 2007. *Ekonomika Industri Indonesia : Menuju Negara Industri Baru 2030*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kurniawati, R. 2017. *Perbandingan Finansial Usahatani Padi Organik*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Limbong, W.M., dan Sitorus, P. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Bahan Kuliah Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi : IPB. Bogor.
- Lisarini, E., & Abdurrahman, A. 2018. Daya Saing Beras Pandanwangi, Beras Merah Dan Beras Hitam Di Wilayah Pemasaran Kabupaten Cianjur. *Jurnal Agroscience* Vol 8 No. 2, 135-145.
- Mardianto., & Firnando, E. 2017. Analisis Keunggulan Komparatif Dan Kompetitif Beras Solok Organik. *Jurnal AGRIFO* , Vol. 2 No. 2, 9-17.
- Monke, E.A. and S.R. Pearson. 1995. *The Policy Analysis Matrix for Agricultural Development*. Cornel University Press. Ithaca and London.
- Mudra, I Wayan. 2010. *Pelatihan Pembuatan Kemasan Pada Kegiatan Pembinaan Kemampuan Teknologi Industri Kota Denpasar*.
- Nurlan F. 1986. *Indikator Keberhasilan Dalam Pemasaran*. UI-Press : Jakarta.
- Nurmalina, R., & Farid F. 2008. Analisis Pendapatan dan Pemasaran Padi Organik Metode (SRI) (Kasus di Desa Sukagalih, Kecamatan Sukaratu, Kabupaten Tasikmalaya).
- Pearson, et.al. 2005. *Aplikasi Policy Analysis Matrix pada Pertanian Indonesia*. Yayasan Obor Indonesia : Jakarta.



- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional. 2007. *Standard Proses*. Jakarta: Permendiknas.
- Porter ME. 1990. *The Competitive Advantage of Nation*. The Free Press, New York.
- Pretty. 2008. Agricultural Sustainability : Concepts, Principles and Evidence. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London B : Biological Sciences*, 363, 447-465.
- Rahayu, E. S. 2013. Analisis Struktur Pasar (Market Structure) Jagung Di Kabupaten Grobogan. *Journal of Rural and Development*, Vol. 4, No. 1, 1-17.
- Rainy, A. F. 2017. *Strategi Pengembangan Usaha Beras Sehat Pada CV Pure Cianjur Di Kabupaten Cianjur*. Bogor: IPB.
- Ramadhan, W. 2009. Analisis Marjin Pemasaran Sapi Potong di Kecamatan Singosari KABUPATEN Malang Provinsi Jawa Timur. Malang
- Reijntjes, C., B. Haverkort dan Ann Waters-Bayer. 1999. Pertanian Masa Depan. Pengantar untuk Pertanian Berkelanjutan dengan Input Luar Rendah. Edisi Indonesia. Kanisius : Yogyakarta.
- Royan, MY. 2005. Prospek Keberlanjutan Usahatani Padi Organik dengan Menggunakan Metode Sistem Rancang Intensif (SRI). Universitas Padjajaran.
- Rumallang, A., Jumiati., Akbar., & Nadir. 2019. Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Kentang di Desa Erelembang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa. *Jurnal Agrikultura*. Vol.. 30, No. 3, 83-90.
- Safitri, S. A., Chalil, D., & Emalisa. 2014. *Strategi Pengembangan Sistem Agribisnis Beras Organik, Studi kasus desa Lubuk Bayas Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Salvatore. 1997. *Ekonomi Internasional, Edisi Kelima*. Jakarta: Prentice Hall-Erlangga.
- Santosa, R. 2020. Analisis Daya Saing Kacang Hijau Di Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. *Jurnal Cemara*, Vol. 17, No. 2, 35-49.
- Saputra, I.A., Simamora, L., & Yulawati. 2021. Analisis Perbandingan Keunggulan Kompetitif Dan Komparatif Usahatani Kedelai Dan Padi Di Kabupaten Grobogan. *Jurnal AGRISEP* Vol. 20 No. 1, 41-54.

- Septarisco, Y. K. N. J., & Prihtanti, T.M. 2018. Daya Saing Usaha Tani Padi Di Kecamatan Susukan Kabupaten Semarang Menggunakan Metode Pam (Policy Analysis Matrix). *Jurnal Ilmiah Agrineca*, Vol. 2, No. 7, 1-13.
- Shepherd, W. G. 1990. *The Element Of Market Structure*. The Review Of Economic and Statistics.
- Siahaan, L. 2009. *Strategi Pengembangan Padi Organik Kelompok Tani Sisandi, Desa Baruara, Kecamatan Toba Samosir, Sumatera Utara*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Sjarkowi dan Sufri. 2004. *Manajemen Agribisnis*. Baldal Grafiti Press. Palembang.
- Soekartawi. 1993. *Agribisnis : Teori dan Aplikasinya, Cetakan Kedua*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soemartono, Gatot P. 2004. *Hukum Lingkungan Indonesia*. Sinar Grafika : Jakarta.
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta : Bandung.
- Suharyati, A., Hartono, S., & Waluyati., L. R. 2017. Competitive and Comparative Advantages Analysis of Organic Rice Farmingin Karanganyar Regency, Central Java Province. *Jurnal Agricultural Science*, Vol. 1 No. 1, 25-30.
- Sutanto R. 2002. *Pertanian Organik Menuju Pertanian Alternatif dan Berkelanjutan*. Kanisius. Yogyakarta.
- Syamsuri, P. 2002. *Analisis Saluran Pemasaran Buah Lokal dan Buah Impor di DKI Jakarta*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Tambunan, Tulus. 2003. *Perekonomian Indonesia : Beberapa Masalah Penting*. Galia Indonesia, Jakarta.
- Teguh, M., 2010, *Ekonomi Industri*, Cetakan ke-1, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- U. J. 2017. Analisis Daya Saing Usahatani Beras Organik di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Hexagro*, Vol.1, No.1 , 1-5.
- Yasin, M. A., Ashfaq, M., Adil, S. A., & Bakhsh, K. 2014. Profit Efficiency Of Organic Vs Conventional Wheat Production In Rice-Wheat Zone Of Punjab, Pakistan. *J. Agric. Res. Vol. 53*, No. 3, 431-452.

Yuniarti, D., Rahayu, E. S., & Harisudin, M. 2019. *Analisis Struktur dan Perilaku Padi pada Pemasaran Beras Organik di Kabupaten Boyolali*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Yusriwandi., Dewi, N., dan Khaswarina, S. 2018. Analisis struktur, perilaku, dan kinerja pasar karet di Kecamatan Pangkalan Kuras dan Kecamatan Bunut Kabupaten Pelalawan. *Jurnal Daya Saing*, Vol 4(1), Februari 2018. <https://journal.uir.ac.id/index.php/dinamikapertanian/article/view/1250>. Diakses pada tanggal 01 Januari 2023.